МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 00B702B62B2039803F6B5D5BD273DA9854
Владелец: Шиманская Янина Васильевна
Действителен: с 02.07.2024 до 25.09.2025

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФИЛОСОФИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1.** История философии.	Опрос	1. Методологическая функция философии. 2. Роль философии в формировании современных навыков работы с информацией. 3. Философия и её роль в формировании критического мышления 4. Какова роль философии как формы духовной культуры? 5. В чём роль и значение философии в жизни человека и общества? 6. Какова роль мифологии как исторически первой формы мировоззрения? 7. Каковы основные формы религиозного сознания? 8. Охарактеризуйте основные религиозно-философские учения Древнего Востока 9. Дайте общую характеристику античной философии. 10. Какие существуют учения досократического периода? 11. Каковы особенности классического периода греческой философии? 12. Дайте общую характеристику средневековой философии. 13. В чём отличие патристики, схоластики и мистики? 14. Выделите особенности философской мысли эпохи Возрождения. 15. Дайте характеристику философии Нового времени. 16. Как соотносятся эмпиризм и рационализм? 17. Каковы основные идеи философии И. Канта и Г. Гегеля? 18. Каково соотношение классической и неклассической философии? 19. Какое значение имеет позитивистская традиция в философии? 20. В чём сущность экзистенциализма и философской герменевтики?

2	**Раздел 2.** Общетеоретическая философия.	Опрос	1. Определите понятия «субстанция», «материальное» и «материя», «идеальное» и «сознание». 2. Назовите основные положения и представителей материализма как философского учения 3. Назовите основные положения и представителей идеализма как философского учения. 4. Раскройте особенности дуализма и философии тождества (пантеизма) как философских учений. 5. Дайте определение понятию «бытие» 6. Сравните монистические и плюралистические концепции бытия. 7. Каковы факторы общественного развития и его источники? 8. Раскройте специфику человеческого бытия. 9. Как соотносится бытие и сознание с точки зрения разных философских учений? 10. Сравните гносеологический оптимизм и гносеологический пессимизм. 11. Чем различаются наивный реализм, эмпиризм, рационализм, сенсуализм, иррационализм? 12. Проблема истины в классической и неклассической философии. 13. Сравните агностицизм, релятивизм и скептицизм. 14. Раскройте основные концепции философии науки. 15. Определите специфику научного познания.
3	**Раздел 3.** Философское осмысление культурного взаимодействия Запада и Востока	Опрос	1. В чем суть пассионарной теории этногенеза Л.Н. Гумилёва? 2. В чем состоит различие в культурном развитии западноевропейской и восточноевропейской культур? 3. Какова суть концепции "Москва - третий Рим" Филофея? 4. Как рассматривается проблема Востока и Запада в трудах В.С.Соловьева? 5. В чем суть спора западников и славянофилов? 6. Взаимоотношение России и Европы Европы в работах В. Эрна и Н.Я. Данилевского: общее и различное. 7. Что такое Евразия в понимании П.Н.Савицкого и Н.Трубецкого? 16. Каковы особенности ценностных ориентаций русской культуры? 17. Что писал Н.А.Бердяев об этосе русской культуры и качествах национального характера русского человека?
4	**Раздел 4.** Основные направления и проблемы русской философии	Опрос	1. Как решается проблема познания в творчестве Н. Бердяева? 2. В чем суть учения Н.О. Лосского о мистической, чувственной и интеллектуальной интуиции. 3. В чем суть концепции «христианского социализма» С.Н. Булгакова? 4. Каковы главные идеи философии «общего дела» Н.Ф. Фёдорова? В чем состоит их нравственное содержание? 5. Каковы главные идеи К.Э.Циолковского и А.Л. Чижевского?

			6. Каково содержание понятия «всеединство» в философской системе В.С. Соловьева? 7. В чем суть концепции культурно-исторических типов Н.Я. Данилевского? 8. Что писал С.Л.Франк о духовных основах общества? 9. Какова роль интеллигенции в русской культуре второй половины XIX-XX вв.?

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1 – 15
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	21-25
УК -6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	16-20
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   С греческого языка «философия» переводится как
   а) любовь к истине
   б) любовь к мудрости
   в) учение о мире
   г) божественная мудрость
   Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Предметом философии в том числе являются
   а) явления природы

б) законы психики человека
в) основания и фундаментальные принципы человеческого бытия
г) явления общества

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Особенностью всех философских проблем является

а) всеобщность
б) конкретность
в) неразрешимость
г) очевидность

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Онтология – это

а) учение о всеобщей обусловленности явлений
б) учение о сущности науки
в) учение о бытии, о его фундаментальных принципах
г) учение о правильных формах мышления

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Гносеология – это раздел философии, в котором анализируется

а) природа и возможности знания, его границы и условия достоверности
б) основные законы развития общества
в) сущность бытия, его фундаментальные принципы
г) структура социальной реальности

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Философская дисциплина, исследующая категорию «ценность» называется

а) историософия
б) аксиология
в) эпистемология
г) эстетика

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Натурфилософия - это

а) философия права
б) философия культуры
в) философия природы
г) философия религии

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выберите суждения, характеризующие такой феномен духовного мира человека и общества, как мировоззрение

а) мировоззрение – это форма организации самосознания индивида и общества

б) мировоззрение – это представления о мире и месте в нём человека

в) мировоззрение – это совокупность индивидуального опыта человека

г) мировоззрение – это строгая непротиворечивая система суждений о природе.

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выделите имя древнегреческого философа, начиная с которого в западной традиции философствования впервые четко обозначился интерес к человеку

а) Анаксимен

б) Пифагор

в) Сократ

г) Эпикур

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В Средневековье были разработаны пять доказательств бытия Бога христианским богословом...

а) Августином Блаженным

б) Фомой Аквинским

в) Иоганном Росцеллином

г) Уильямом Оккамом

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Развивающаяся наука Нового времени потребовала осмысления методов познания и выработки методологии научного исследования. Родоначальником этого процесса с его методом индукции считают:

а) И.Ньютона

б) Г.Галилея

в) Ф.Бэкона

г) Р.Декарта

Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выделите основное утверждение эмпиризма

а) высший вид познания – это интуиция

б) опыт даёт наиболее достоверные знания

в) мир в принципе не познаваем

г) разум играет решающую роль в познании человеком мира.

Ответ _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Кант отрицает возможность познания…

а) мира и явлений
б) природы
в) общества
г) «вещей в себе»

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выделите основные понятия, характеризующие философию Г. Гегеля

а) категорический императив, явление, «вещь в себе»
б) модус, субстанция, монада
в) сомнение, интеллектуальная интуиция, дедукция
г) абсолютная идея, абсолютный дух, тождество мышления и бытия

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выделите основные понятия, характеризующие философию И. Канта

а) категорический императив, явление, «вещь в себе»
б) модус, субстанция, монада
в) сомнение, интеллектуальная интуиция, дедукция
г) абсолютная идея, абсолютный дух, тождество мышления и бытия

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-6

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Работа «О человеке, о его смертности и бессмертии», являющаяся одним из первых философско-антропологических произведений в истории русской мысли, была написана

а) А.С. Хомяковым
б) А.Н. Радищевым
в) И.В. Киреевским
г) М.А. Бакуниным

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Вопрос о роли и месте России в истории человечества был поставлен в «Философических письмах»:

а) В. Соловьевым
б) П. Чаадаевым
в) А. Хомяковым
г) А. Герценом.

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Основной идеей западничества является

а) Сила власти – царю, сила мнения – народу

б) Россия должна развиваться по европейскому пути
в) Прогресс общества связан с развитием монархической власти
г) Православие, самодержавие, народность

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Известный русский мыслитель, писатель и философ, автор романов «Подросток», «Бедные люди», «Идиот», «Бесы»
а) Л.Н. Толстой
б) Н.В. Гоголь
в) К.Э. Циолковский
г) Ф.М. Достоевский

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
«Соборность» в русской религиозно-идеалистической философии– это
а) свободное духовное единство людей на основе их любви к Богу и предпочтения нравственных ценностей
б) принадлежность людей к определённой религиозной конфессии (католицизму, протестантизму, православию и пр.)
в) стиль храмовой архитектуры
г) высшая степень религиозности

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-5

21. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Каковы основные понятия, вопросы, идеи и концепции социальной философии? Что такое «формационный» и «цивилизационный» подходы к объяснению истории?

Ответ _____

22. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Почему проблема свободы человеческой воли является одной из главных тем различных философских течений и направлений?

Ответ _____

23. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Что представляют собой такие разделы философии, как онтология, гносеология и антропология? Приведите по одному примеру вопросов для каждого из этих разделов.

Ответ _____

24. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Что представляет собой философия как отдельная специфическая форма духовной культуры человечества?

Ответ _____

25. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Что такое моральный закон в этике И. Канта? Как связаны понятия «звездное небо» и «моральный закон» с осознанием человеческого существования?

«Две вещи наполняют душу всегда новым и все более сильным удивлением и благоговением, чем чаще и продолжительнее мы размышляем о них, — это звёздное небо надо мной и моральный закон во мне. И то и другое мне нет надобности искать и только предполагать как нечто окутанное мраком или лежащее за пределами моего кругозора; я вижу их перед собой и непосредственно связываю их с сознанием своего существования».

Иммануил Кант

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСТОРИЯ РОССИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Общие вопросы курса	Устный опрос	1. Предмет и социальные функции исторической науки. 2. Методы исторических исследований. 3. Понятие и виды исторических источников.
2.	Раздел 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX - первой трети XIII в.	Устный опрос	1. Характерные черты становления государственности у народов Запада и Востока в Древности и в период раннего Средневековья. 2. Восточные славяне в VI–VIII вв.: происхождение, расселение, хозяйство, верования. 3. Предпосылки и основные этапы становления и развития Древнерусского государства. 4. Принятие христианства и его влияние на развитие Древней Руси. 5. Политическая раздробленность Руси в XII–XIII вв.: формирование различных моделей развития государства и общества.
3.	Раздел 3. Народы и государства Европы и Азии в период классического Средневековья. Русь в XIII-XV вв.	Устный опрос	1. Ганзейский союз: история происхождения и торгово-экономическое значение. 2. Особенности политического устройства Новгорода. 3. Психологический портрет А. Невского. 4. Ордынское иго в свете новейшей историографии. 5. Политическая культура в эпоху Реформации.
4.	Раздел 4. Европа и мир в эпоху Позднего Средневековья. Россия в XVI - XVII вв.	Устный опрос	1. XVI–XVII вв. в мировой истории. 2. Преобразования Ивана IV Грозного и их последствия. 3. Сущность крепостного права и основные этапы его законодательного оформления. 4. Сущность, причины и хронологические рамки «Смутного времени». 5. Борьба народов России за национальное освобождение в годы Смуты. День народного единства. 6. Тенденции политического и социально-экономического развития России в XVII в. Первые Романовы. 7. Раскол в Русской Православной Церкви, его социально-политическая сущность и последствия. 8. Культура Руси в XVI-XVII вв.
5.	Раздел 5. Мир и Россия в Новое время (XVIII в.)	Устный опрос	1. Социальная работа в эпоху Петра I. 2. Академия наук России: состав и направления деятельности. 3. Командиры гвардейских полков: историко-социологическая характеристика. 4. Присоединение Крыма: основные этапы и значение. 5. Крепостное право в произведении А.Н. Радищева «Путеше-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ствие из Петербурга в Москву». 6. Павел Первый: рыцарь или самодур?
6.	Раздел 6. Мир и Российская империя в XIX – начале XX в.	Устный опрос	1. Россия на рубеже XIX–XX вв. Преобразования С.Ю. Витте и их итоги. 2. Рабочее движение и распространение марксизма в России. 3. Характерные черты мирового развития в начале XX в. 4. Революция 1905-1907 гг.: причины, основные этапы и влияние на власть и общество. 5. Эволюция партийно-политической системы страны в 1905–1907 гг. 6. Столыпинская программа модернизации страны и ее итоги. 7. Участие России в Первой мировой войне. 8. Культура и наука в России в XIX - начале XX в.
7.	Раздел 7. Советское государство в 1917-1922 гг.	Устный опрос	1. Великая российская революция 1917 г. Выбор пути развития и победа Советской власти. 2. Первые преобразования Советской власти в политической, экономической, социальной и духовной сферах жизни общества (1917-1920 гг.). 3. Историческое значение Великой Октябрьской социалистической революции 1917 г. 4. Россия в период Гражданской войны и иностранной интервенции. Источники и факторы победы Советской власти. 5. Политика военного коммунизма: причины, сущность, последствия.
8.	Раздел 8. СССР в межвоенный период (20-30-е гг. XX в.)	Устный опрос	1. Политика коллективизации, её причины и последствия. Развитие советско-германского сотрудничества в 1920-е годы. 2. Международная ситуация после окончания Первой мировой войны. 3. Советско-финляндская война: причины, этапы и последствия. 4. Коминтерн и СССР. 5. «Большой террор» в 1937-1938 гг.: масштабы и последствия.
9.	Раздел 9. СССР в годы Второй мировой и Великой Отечественной войн	Устный опрос	1. Основные направления деятельности Советского правительства и ЦК ВКП(б) по мобилизации всех сил и средств страны в годы Великой Отечественной войны. 2. Источники и факторы победы советского народа в Великой Отечественной войне. 3. Оккупационная политика нацистов на территории СССР. 4. Геноцид советского народа в годы войны. 5. Преступная роль РОА, ОУН-УПА и других пособников фашистского блока. 6. Восстановление народного хозяйства страны после окончания Великой Отечественной войны: трудности, основные направления, источники, методы и средства, итоги.
10.	Раздел 10. СССР в послевоенный период развития	Устный опрос	1. Социально-экономическое развитие страны в 50-60-х гг. XX в. 2. Интенсификация экономики (1965-1982 гг.). Итоги и оценки экономической политики СССР в «предперестроечный период». 3. Эволюция политической сферы жизни советского общества в 40-80-е гг. XX в. Противоречия политического развития страны.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			4. Эволюция духовной сферы жизни советского общества в 40-80-е гг. XX в. 5. Курс на перестройку советского общества, её направленность и результаты. 6. «Холодная война» в послевоенный период планетарного развития. 7. Формирование новой российской государственности: основные этапы, содержание, характер и тенденции. 8. Эволюция внешней политики России в 90-е гг. XX и в начале XXI столетий.
11.	Раздел 11. Современная РФ (1992–2022)	Устный опрос	1. Особенности развития науки, культуры и системы образования в Российской Федерации в условиях рыночной экономики. 2. Борьба Российской Федерации за отстаивание своих глобальных и региональных интересов. 3. Роль и место России в современной системе мировой экономики и международных связей. 4. Политическая система современной России: этапы ее формирования и развития.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 2, сессии 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код контролируемой компетенции: УК – 5

Вопросы /задания

1. Предмет и социальные функции исторической науки.
2. Характерные черты становления государственности у народов Запада и Востока в Древности и в период раннего Средневековья.
3. Восточные славяне в VI–VIII вв.: происхождение, расселение, хозяйство, верования.
4. Предпосылки и основные этапы становления и развития Древнерусского государства.
5. Принятие христианства и его влияние на развитие Древней Руси.
6. Политическая раздробленность Руси в XII–XIII вв.: формирование различных моделей развития государства и общества.
7. Тенденции исторического процесса в Европе в период классического Средневековья.
8. Борьба народов Руси с крестоносной агрессией Запада в XIII в. Александр Невский.

9. Монгольское нашествие на Русь. Установление ордынского ига и его влияние на государственные и общественные процессы на Руси.

10. Предпосылки и основные этапы формирования единого Российского государства.

11. Борьба Московского княжества за господство в Северо-Восточной Руси и объединение русских земель. Дмитрий Донской.

12. Особенности становления централизованного государства и сословно-корпоративного общества в правление Ивана III и Василия III.

13. Древнерусская культура.

14. XVI–XVII вв. в мировой истории.

15. Преобразования Ивана IV Грозного и их последствия.

16. Сущность крепостного права и основные этапы его законодательного оформления.

17. Сущность, причины и хронологические рамки «Смутного времени».

18. Борьба народов России за национальное освобождение в годы Смуты. День народного единства.

19. Тенденции политического и социально-экономического развития России в XVII в. Первые Романовы.

20. Раскол в Русской Православной Церкви, его социально-политическая сущность и последствия.

21. Культура Руси в XVI-XVII вв.

22. XVIII век в европейской и мировой истории.

23. Реформы Петра I и их влияние на развитие страны.

24. Россия в эпоху дворцовых переворотов (1725–1762 гг.).

25. Россия в 60-90-е гг. XVIII в.: основные направления и результаты преобразований.

26. Россия в правление Павла I.

27. Внешняя политика России во второй половине XVIII в.

28. Русская культура XVIII в.

29. Основные тенденции мирового развития в XIX в.

30. Попытки европейской модернизации страны в первой половине XIX в. М.М. Сперанский.

31. Отечественная война 1812 г.

32. Внутренняя политика Николая I. Крымская война 1853–1856 гг. и ее результаты.

33. Общественное движение в первой половине XIX в.

34. Подготовка и проведение крестьянской реформы 1861 г.

35. Реформы Александра II: земская, городская, судебная, образования.

36. Военная реформа 1862–1874 гг. Д.А. Милютин.

37. Консервативно-преобразовательная деятельность Александра III: целевые установки, содержание и результаты.

38. Общественные движения в России в 60–90-е гг. XIX в.

39. Особенности становления индустриального общества в России во второй половине XIX

40. Россия на рубеже XIX–XX вв. Преобразования С.Ю. Витте и их итоги.

41. Рабочее движение и распространение марксизма в России.

42. Характерные черты мирового развития в начале XX в.

43. Революция 1905-1907 гг.: причины, основные этапы и влияние на власть и общество.

44. Эволюция партийно-политической системы страны в 1905–1907 гг.

45. Столыпинская программа модернизации страны и ее итоги.

46. Участие России в Первой мировой войне.
47. Культура и наука в России в XIX - начале XX в.

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 2, сессии 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 – 25
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 5

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Что такое Юрьев день?
   а) православный праздник Святого Георгия, когда собирался смотр дворянского ополчения, на которое феодалы должны были прийти «конно, людно и оружно»
   б) православный праздник Святого Георгия, когда крестьяне выплачивали феодальную ренту за год своему помещику
   в) праздник, установленный Юрием Долгоруким, в знак самостоятельности Ростово-Суздальского княжества и независимости от Киева
   г) православный праздник Святого Георгия, когда крестьяне могли перейти от одного феодала к другому
   Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Кто не является участником Гражданской войны?
   а) Антон Деникин
   б) Михаил Скобелев
   в) Михаил Фрунзе
   г) Александр Колчак
   Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Какое событие не происходило в правление Алексея Михайловича?
   а) Восстание Болотникова
   б) Медный бунт

в) Восстание Степана Разина

г) Соляной бунт

Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите основную причину поражения Игоря в войне с Византией в 941 году

а) предательство хазар

б) восстание древлян

в) применение византийцами греческого огня

г) Болгарское царство встало на сторону Византии

Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Каким образом по реформе Александра II крестьянские общины рассчитывались с государством за свою землю?

а) выкупные платежи

б) оброк

в) барщина

г) налоги

Ответ _____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Как назывался первый письменный закон на Руси?

а) Правда Ярослава

б) Устав Владимира Мономаха

в) Соборное уложение

г) Судебник Ивана Великого

Ответ _____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Какой город имела в средние века республиканскую форму правления?

а) Ярославль

б) Псков

в) Смоленск

г) Новгород-Северский

Ответ _____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите первые политические решения Советской власти

а) Приказ №1

б) декрет «Социалистическое отечество в опасности!»

в) Брестский мир

г) Декрет о мире и Декрет о земле

Ответ _____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Какое событие стало окончанием ордынского ига на Руси?

а) битва на реке Воже

б) Куликовская битва

в) стояние на реке Угре

г) битва при Молодях

Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Как называлась монета, ставшая основной денежной единицей Русского государства после денежной реформы Елены Глинской?

а) рубль

б) полтина

в) гривна

г) копейка

Ответ _____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Как называлась общеевропейская дипломатическая конференция, в ходе которой были установлены границы и политическое устройства европейских стан после окончания Наполеоновских войн?

а) Парижская конференция

б) Венский конгресс

в) Вестфальский мир

г) Потсдамская конференция

Ответ _____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите дату Куликовской битвы.

а) 1370 г.

б) 1378 г.

в) 1380 г.

г) 1480 г.

Ответ _____

13. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите первого царя из династии Романовых.

а) Михаил Романов

б) Алексей Романов

в) Фёдор Романов

г) Иван Романов

Ответ _____

14. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Как называлась особая территория Русского царства, находящаяся под прямым управлением Ивана IV Грозного?

а) земщина

б) вотчина
в) опричнина
г) удел

Ответ _____

15. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Что произошло на XX съезде КПСС?
а) принята концепция «развитого социализма»
б) принята Конституция СССР
в) провозглашен курс на индустриализацию страны
г) был сделан доклад «О культе личности и его последствиях»

Ответ _____

16. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Укажите год распада СССР.
а) 1989 г.
б) 1990 г.
в) 1991 г.
г) 1993 г.

Ответ _____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Что такое ГКЧП?
а) чрезвычайный комитет для борьбы с контрреволюцией во главе с Ф.Э. Дзержинским
б) группа высших руководителей СССР, попытавшихся отстранить от власти М.С. Горбачёва
в) совет по управлению промышленностью на местах, созданный реформой 1957 года
г) чрезвычайный орган власти, созданный во время Великой Отечественной войны, соединивший в себе функции партии, СНК и ЦИК Верховного совета

Ответ _____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите положение, не относящееся к Высочайшему Манифесту об усовершенствовании государственного порядка 17 октября 1905 года.
а) свобода слова
б) создание Государственной думы
в) прямые выборы в парламент и органы местной власти
г) создание Совета министров

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Как звали монгольского полководца, чьи войска завоевали русские княжества, начав период ордынского ига
а) Батый

б) Чингисхан
в) Тамерлан
г) Тохтамыш

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите дату Полтавского сражения.
а) 1701 г.
б) 1709 г.
в) 1714 г.
г) 1721 г

Ответ _____

21. Прочитайте вопрос и запишите развернутый обоснованный ответ
Назовите как минимум три причины начала периода феодальной раздробленности на Руси.

Ответ _____

22. Прочитайте вопрос и запишите развернутый обоснованный ответ
Каковы причины возвышения Московского княжества в XIV веке? Укажите как минимум три из них.

Ответ _____

23. Прочитайте вопрос и запишите развернутый обоснованный ответ
Укажите три причины поражения России в Крымской войне.

Ответ _____

24. Прочитайте вопрос и запишите развернутый обоснованный ответ
Назовите как минимум три причины февральской революции в России.

Ответ _____

25. Прочитайте вопрос и запишите развернутый обоснованный ответ
Укажите как минимум три основных принципа Новой экономической политики в 1920-е гг.

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Тема 1. Appearance and personality. Grammar: word order in questions, present simple and present continuous. Тема 2. Tourism. Grammar: past simple (regular and irregular verbs).	Творческое задание	**Choose any story from the literature or cinematography and rewrite (retell) the ending of it**. Use as an example the story «One dark October evening» about Hannah and Jamie. The story can have an open ending. You can change the events and suggest your own sad or happy ending. Your story must consist of 15-20 sentences.
2.	Тема 3. The story behind the photo. Grammar: past continuous, time sequencers and connectors. Тема 4. Plans and dreams. Grammar: future forms.	Творческое задание	**Choose and watch one of the following films:** **“The lake house” \ “You’ve got mail” \ “Letter to Juliet” \ “The last letter from your lover” and write an analysis of it or write a letter about it.** Main aspects and questions for researching are: What does a letter mean for main characters? What does it give for the main idea of the film? Remember, that your analysis must consist of an introduction (general information about the film), the main body (description of a plot and characters) and the conclusion (your opinion about the whole story). **Introduction:** **About a film you’ve seen:** It’s set in…(New York / in the 1950’s). The film’s shot on location in Arizona. The main characters are … and they’re played by… It’s a mystery / thriller / love-story. **Useful words and phrases to spice up your description:** true-to-life (a real story) the real story of remarkable (unusual, good) masterpiece (the best work someone has done) oscar-winning **Main Body:** **You can write about the film in the present simple tense**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			Well, the main character decides to… (rob a bank) But when he drives there… **Conclusion:** **Giving your opinion:** I thought the film was great / OK / fantastic… The actors / costumes / screenplay are/is … The special effects are fantastic / terrible The best scene / the worst scene is when… The plot is believable / seems a bit unlikely **Not telling all** "I don't want to spoil it for you, so I'm not going to tell you what happens in the end." "You'll have to go and see it for yourself." "I don't want to ruin the surprise for you."
3.	Тема 5. Parents and teenagers. Grammar: present perfect. Тема 6. Fashion and shopping. Grammar: something, anything, nothing.	Эссе	Write **an essay** (250-400 words) on the suggested topics. Use the Present Perfect tense, comparative adjectives and adverbs and the words something/somewhere/someone at least 5 times (you can also use Present Simple, Past Simple, Present Continuous, Past Continuous or Future Simple tenses when needed). - Teenagers' habits and problems. - Shopping online and offline. Where to buy clothes? - Stress. We need to slow down! E.g.: - Introduction: *Hi there! This is a 15-year-old version of me. I look* ***like****… I am* ***as… as****…* (describe your appearance and personality). *I go to school* (what do you do)*, I like / dislike…* - Body: *I usually wear* ***something*** *comfortable that's why I prefer shopping online* (your clothing fashion and your shopping habits); *I'm not hanging out with my classmates because I* ***haven't gained*** *popularity yet* (some teenage problems you have and the way you are trying to solve them). - Conclusion: *Although I don't have a girlfriend,* ***I've already kissed*** *a girl when I was in a summer camp* (speak about the coolest thing you have ever done).
4.	Тема 7. Life in a big city. Grammar: comparative adjectives and adverbs, superlatives, quantifiers (too, not enough) Тема 8. Pessimists and optimists. The meaning of dreaming. Grammar: will /won't (predictions), will / won't (decisions, offers, promises)	Эссе	Write **an essay** (250-400 words) on the suggested topics. Use the Past Simple and the Past Continuous tenses, Quantifiers and Comparisons at least 5 times (you can also use Present Perfect, Present Simple, Present Continuous or Future Simple tenses when needed). 1. What is better: to be an optimist or to be a pessimist? 2. The place where I'd like to live 3. The meaning of dreaming For example: 4. Introduction: *When I was a child, I can say that I was* ***too*** *optimistic. I was smiling all the time and I never cried for nothing* (describe your appearance and personality). *I always* (what did you do), *I liked / dis-*

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			liked… 5. Body: *My town wasn't big **enough**. I was living in a small room with my brother* (the place you lived in and the people around you); *In summer we usually went camping in the mountains, but we have **never** been abroad* (how you spent your holidays). 6. Conclusion: *I think I'm still an optimistic person and **I'm going** to keep a positive attitude to life in the future* (speak about your present state and your hopes/plans for the future).

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код контролируемой компетенции: УК – 4

Вопросы /задания

1. You are a first-year student. You meet your classmates. What questions will you ask them?
2. What kind of job do you hope to get in the future?
3. What do you usually do in your free time? What are your favorite activities, hobbies?
4. What kind of music do you listen to in the morning and in the evening? Do you have a favorite singer or a band?
5. How do you prefer getting in touch with your family or your friends – by phone, or by text messages?
6. Describe your best friend. What does she/he look like? What is she/he like?
7. Describe your favorite celebrity. What does she/he look like? What is she/he like?
8. Choosing the right person for dating: What qualities and appearance of a person would you prefer?
9. Do you agree that if couples are compatible, they will make a strong family?
10. Will you choose your friend or your parent for a business partner?
11. Describe your personality and qualities that you like and dislike. What do you want to change?
12. Why do people say that sense of humor is important?
13. How do you understand the proverb: "A rich heart may be under a poor coat"?
14. Describe the clothes you wear on different occasions: at work / university / a restaurant or

cafe/ at weekends.

15. How much money do you spend on clothes, entertainment and gadgets? What do you buy most often?

Вопросы /задания

1. Imagine that you are shopping. How do you choose clothes to wear? Do you buy clothes online?
2. How do you plan your time for weekends? What do you prefer doing?
3. Which season will you choose to go on holiday? Why?
4. Describe your holiday pastimes in different seasons of the year.
5. Describe your schedule for the next week. What activities are you going do?
6. What is your favorite artist? Describe your favorite painting. What can you see there? What is happening there?
7. Do you have a photo that you really like? What is happening there?
8. Do you know any historical photos? Describe the photo and the historical event.
9. When was the last time you were at the airport? What can you do at the airport while waiting for the flight?
10. Describe the airport of your dream. What kind of facilities and services should it provide?
11. What sings and symbols will you see at the Arrivals and at the Departures?
12. You are planning your holiday time. What are you going to do?
13. What are you going to do if you are planning a tour around your country?
14. Describe your recent holiday: the weather, your destination and your company.
15. Describe the best and the worst holidays in your life.

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код контролируемой компетенции: УК – 4

Вопросы /задания

1. Do any of the parents' or teenagers' habits annoy you? Which ones?
2. What reputation do teenagers have?
3. Do you know any fashion designers? Who are they? Do they design more for men or for women? What kind of things does their company make?
4. Have you ever bought or sold anything on eBay? What? Did you pay or get a good price?
5. Have you ever bought something online and had a problem with it? What was it? What did you do?
6. Have you ever had an argument with a shop assistant? What was it about?

7. Have you ever tried to change something without the receipt? Were you successful?

8. Have you ever accidentally taken something from a shop without paying? What did you take? What happened?

9. Have you ever bought shoes without trying them on? Did they fit?

10. Have you ever got to the supermarket checkout and then found you didn't have enough money? What did you do?

11. Have you ever lost your credit card? Where did you lose it? Did you get it back?

12. Do people tell you that you talk too quickly?

13. Do you get impatient when other people are talking?

14. Are you the first person to finish at mealtimes?

15. When you are walking along a street, do you feel frustrated when you are behind people who are walking more slowly?

16. Do you get irritable if you sit for an hour without doing anything, e.g. waiting for the doctor?

17. Do you walk out of shops and restaurants if there is a queue?

18. What's the most beautiful city you've ever been to?

19. What's the most expensive thing you've ever bought?

20. Who's the most impatient person you know?

21. Who's the most generous person in your family?

22. What's the most frightening film you've ever seen?

23. What's the most exciting sport you've ever done?

24. What's the most interesting book you've read recently?

25. What's the most romantic restaurant you've ever been to?

26. Do you live in a village, a town, or a city? Where is it? How big is it? What's the population? What's it like?

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. **Человек и среда обитания**	Устный опрос	1. Человек и среда обитания, воздействие негативных факторов. 2. Классификация негативных факторов в системе «человек - среда обитания». 3. Определение понятия «опасность» и её синонимический ряд. 4. Вредные и опасные факторы, методы обеспечения безопасного взаимодействия со средой обитания. 5. Антропогенное воздействие на природную среду, региональный комплекс негативных факторов. 6. Характеристика личности экстремиста и террориста. 7. Классификация ЧС природного характера. 8. ЧС в атмосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 9. ЧС в гидросфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 10. ЧС литосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 11. Природные пожары: классификация, характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 12. Биологические опасности: заболевания человека, животных, растений. 13. Классификация ЧС техногенного и антропогенного характера. 14. Причины, особенности и характер развития аварий и катастроф на объектах экономики. 15. Действие населения при авариях, катастрофах. 16. Радиационно-опасные объекты, особенности аварий и катастроф. 17. Основные поражающие факторы радиационных аварий. 18. Химически-опасные объекты, причины и особенности аварий и катастроф. 19. Степень опасности химических объектов. 20. Особенности аварий и катастроф на пожаро-взрывоопасных объектах
2.	Раздел 2. **Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности**	Устный опрос	1. Правила прогнозирования ЧС. 2. Мониторинг различных факторов окружающей среды для предупреждения ЧС. 3. Основные задачи мониторинга. 4. Изучение и анализ факторов и условий, влияющих на ликвидацию чрезвычайных ситуаций. 5. Основные элементы для анализа обстановки и её оценки.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			6. Методическое руководство и координация деятельности системы мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций. 7. Общая характеристика социальной безопасности и классификация социальных опасностей. 8. Классификация видов опасных ситуаций социального характера. 9. Угрозы социальной безопасности человека в современном мире. 10. Духовная безопасность как условие обеспечения социальной безопасности человека в современной России. 11. Терроризм и его современные особенности. 12. Правила поведения человека при угрозе террористического акта и захвате заложников. 13. Социальных проблем современной (и не только) молодёжи. 14. Многочисленность социальных опасностей. 15. Виды и причины возникновения социальных конфликтов. Толпа и её виды. Правила поведения в толпе. 16. Главные причины появления социальных опасностей. 17. Нормативное правовое регулирование в области пожарной безопасности. 18. Система обеспечения пожарной безопасности и её функции. 19. Задачи пожарной профилактики. 20. Меры пожарной безопасности. 21. Лицензирование в области пожарной безопасности. 22. Ответственность за нарушение требований пожарной безопасности. 23. Закон, определяющий права и обязанности граждан России в области защиты от ЧС. 24. Основные направления системы управления безопасности жизнедеятельности. 25. Средства управления БЖД. 26. Целевые подсистемы системы управления безопасности жизнедеятельности. 27. Основополагающие принципы обеспечения безопасности. 28. Основные методы управления безопасностью. 29. Организационные принципы управления безопасностью. 30. Силы и средства обеспечения безопасности жизнедеятельности.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)

Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
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	1-30
Всего:		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 8

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

К методам разделения гомосферы и ноксосферы в пространстве или во времени относится использование:

1) экранов;
2) фильтров;
3) роботов;
4) спецодежды;
5) убежищ.

Ответ: _____

2. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово.*

Негативные воздействия на людей средств и предметов труда, материалов, машин, зданий, сооружений называется … риском:

1) техногенным;
2) экологическим;
3) индивидуальным;
4) социальным;
5) национальным.

Ответ: _____

3. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово.*

«Любая деятельность потенциально опасна» – это … науки о безопасности жизнедеятельности:

1) принцип;
2) предмет;
3) аксиома;
4) объект;
5) цель.

Ответ: _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Наука об опасностях окружающего мира – это …:

1) ноксосфера;
2) гомосфера;
3) психология;
4) ноксология;
5) рискология.

Ответ: _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Область существования и труда человека – это …:

1) ноксосфера;
2) гомосфера;
3) техносфера;
4) биосфера;
5) место проживания.

Ответ: _____

6. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово.*

Свойство человека и компонентов окружающей среды причинять ущерб живой и неживой материи – это …:

1) риск;
2) происшествие;
3) опасность;
4) очаг;
5) гомосфера.

Ответ: _____

7. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово.*

Компоненты биосферы и техносферы, излучающие опасность, называются … опасности:

1) очагом;
2) полем;
3) потоком;
4) источником;
5) зоной.

Ответ: _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Вероятность реализации опасности называется:

1) риском;
2) происшествием;
3) аварией;
4) очагом;
5) катастрофой.

Ответ: _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Пространство, в котором постоянно существуют или периодически возникают опасности, называется:

1) ноксосферой;
2) гомосферой;
3) техносферой;
4) биосферой;
5) зоной.

Ответ: _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Область распространения жизни на Земле, не испытавшая техногенного воздействия, называется:

1) ноксосферой;

2) гомосферой;
3) техносферой;
4) биосферой;
5) средой обитания.

Ответ: _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Среда обитания, созданная с помощью воздействия людей и технических средств на природную среду, называется:

1) ноксосферой;
2) гомосферой;
3) техносферой;
4) биосферой;
5) жизненным пространством.

Ответ: _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Окружающая человека среда, осуществляющая воздействие на жизнедеятельность человека, его здоровье, трудоспособность и потомство, называется:

1) ноксосферой;
2) жизненным пространством;
3) областью проживания;
4) природной средой;
5) средой обитания.

Ответ: _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Условия деятельности и отдыха, вызывающие необратимые разрушения в природной среде:

1) комфортные;
2) допустимые;
3) опасные;
4) чрезвычайно опасные;
5) неопасные.

Ответ: _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Условия деятельности и отдыха, гарантирующие сохранение здоровья:

1) комфортные;
2) допустимые;
3) опасные;
4) чрезвычайно опасные;
5) неопасные.

Ответ: _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Условия деятельности и отдыха, приводящие к снижению работоспособности:

1) комфортные;
2) допустимые;
3) опасные;
4) чрезвычайно опасные;
5) неопасные.

Ответ: _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Условия деятельности и отдыха, вызывающие заболевания и приводящие к деградации окружающей среды:

1) комфортные;
2) допустимые;
3) опасные;
4) чрезвычайно опасные;
5) неопасные.

Ответ: _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Риск, который общество может разрешить:

1) остаточный;
2) предельно допустимый;
3) отвергнутый;
4) приемлемый;
5) необходимый.

Ответ: _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Риск, сохраняющийся после принятия защитных мер:

1) остаточный;
2) приемлемый;
3) чрезмерный;
4) отвергнутый;
5) необходимый.

Ответ: _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Межрегиональные опасности воздействуют на территории и население:

1) объекта;
2) региона;
3) двух и более сопредельных государств;
4) одного континента;
5) всей Земли.

Ответ: _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Глобальные опасности воздействуют на территории и население:

1) объекта;
2) региона;
3) двух и более сопредельных государств;
4) одного континента;
5) всей Земли.

Ответ: _____

21. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Виды чрезвычайных ситуаций:

1) локальные;
2) местные;

3) территориальные;
4) региональные;
5) районные.
Ответ: _____

22. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
Виды чрезвычайных ситуаций:
1) федеральные;
2) межрегиональные;
3) мировые;
4) областные;
5) районные.
Ответ: _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
При чрезвычайных ситуациях локального характера поражающие факторы и воздействие источника ЧС не выходят за пределы:
1) территории объекта;
2) населенного пункта, города (района);
3) субъекта Российской Федерации (республики, края, области, автономного образования);
4) двух субъектов Российской Федерации;
5) более двух субъектов Российской Федерации.
Ответ: _____

24. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
При чрезвычайных ситуациях муниципального характера поражающие факторы и воздействие источника ЧС не выходят за пределы:
1) территории объекта;
2) территории одного поселения;
3) внутригородской территории города федерального значения;
4) субъекта Российской Федерации (республики, края, области, автономного образования);
5) двух субъектов Российской Федерации.
Ответ: _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
При чрезвычайных ситуациях межмуниципального характера поражающие факторы и воздействие источника ЧС затрагивают территорию:
1) объекта;
2) одного поселения;
3) двух и более поселений, внутригородских территорий города федерального значения;
4) двух субъектов Российской Федерации;
5) более двух субъектов Российской Федерации.
Ответ: _____

26. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
К опасностям российского общества в политической сфере относятся:
1) кризис системы здравоохранения;
2) ослабление международных позиций страны;
3) нарушение прав и свобод человека;
4) снижение нравственного потенциала общества;

5) наличие экологически неблагополучных регионов.

Ответ: _____

27. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Угрозу национальной безопасности России в сфере здравоохранения и здоровья нации могут представлять:

1) массовое распространение ВИЧ-инфекции и вирусных гепатитов;

2) наличие экологически неблагополучных регионов;

3) ослабление международных позиций страны;

4) усиление конкуренции в борьбе за дефицитные сырьевые, энергетические, водные и продовольственные ресурсы;

5) повышение доступности психоактивных и психотропных веществ.

Ответ: _____

28. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Угрозу национальной безопасности России в экономической сфере могут представлять:

1) наличие экологически неблагополучных регионов;

2) ослабление международных позиций страны;

3) возникновение масштабных эпидемий и пандемий;

4) неравномерное развитие регионов и прогрессирующая трудонедостаточность;

5) потеря контроля над национальными ресурсами.

Ответ: _____

29. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

К организационным методам обеспечения информационной безопасности относятся:

1) меры по охране объектов информационной безопасности;

2) разработка нормативных правовых актов, регламентирующих отношения в информационной сфере;

3) определение порядка финансирования программ обеспечения информационной безопасности;

4) подбор надежного персонала;

5) создание системы страхования информационных рисков физических и юридических лиц.

Ответ: _____

30. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

К техническим методам обеспечения информационной безопасности относятся:

1) конструктивные меры защиты от хищений, саботажа, диверсий, взрывов;

2) разработка программ обеспечения информационной безопасности;

3) защита от несанкционированного доступа к системе с помощью паролей;

4) создание системы страхования информационных рисков физических и юридических лиц;

5) разработка нормативных правовых актов, регламентирующих отношения в информационной сфере.

Ответ: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы физической культуры и здорового образа жизни	Доклад (письменный ответ)	1. *Физическое развитие, физическое совершенство. Физическая подготовка и двигательная активность человека.* 2. *Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования и ее задачи.* *3. Здоровый образ жизни и факторы его составляющие. Роль физической культуры в формировании здорового образа жизни.* 4. Чем характеризуются понятия: физическая культура, спорт, физическое воспитание, физическое совершенство, физическая рекреация, физическое развитие, физическая подготовка, физическое упражнение; 5. Что отражает понятие «компоненты физической культуры»; 6. Что относится к понятию «массовый спорт» и «спорт высших достижений» и в чем их различие. 7. Чем характеризуется взаимосвязь физической и умственной работоспособности. 8. Биологические ритмы и их влияние на работоспособность. 9. Внешняя среда и ее влияние на здоровье человека. 10. Гипокинезия и гиподинамия как проблемы современного общества. 11. Чем характеризуется здоровый образ жизни. 12. Мотивации к здоровому образу жизни, противодействие алкоголизма, курения. 13. Роль здорового образа жизни в сохранении здоровья. 14. Здоровье в иерархии потребностей человека. 15. Чем характеризуется тренированность. 16. Как можно оценить тренированность. 17. Какие изменения происходят в системе кровообращения под влиянием тренированности. 18. Какие изменения происходят в системе дыхания под влиянием тренированности. 19. Как физическая нагрузка влияет на нервную систему. 20. Как физическая нагрузка влияет на пищеварительную систему.
2.	Раздел 2. Основы самостоятельных	Расчетно-практиче-	**Цель работы:** научиться заполнять показатели самоконтроля физического развития и подготовленности *в течение одной недели*. **Приборы и оборудование:** весы

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th>Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td></td><td>занятий физическими упражнениями</td><td>ское задание</td><td><u>Ход работы:</u> полученные результаты занесите в таблицу 1 (образец)
Таблица 1
<table>
<tr><th rowspan="2">№ п/п</th><th rowspan="2">Показатели самоконтроля</th><th colspan="3">Дата наблюдения и состояние (оценка)</th></tr>
<tr><td>05.12.20…</td><td>06.12.20…</td><td>Общее</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Самочувствие</td><td>хорошее</td><td>хорошее</td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Настроение</td><td>хорошее</td><td>удовлетворительное</td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Сон</td><td>8 час., хороший</td><td>7 час., беспокойный</td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Аппетит</td><td>хороший</td><td>пониженный</td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Активность</td><td>хорошая</td><td>удовлетворительная</td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Желание тренироваться</td><td>большое</td><td>безразличное</td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Болевые ощущения</td><td>нет</td><td>в мышцах передней поверхности бедра</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ЧСС в минуту:</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>а) после сна, в положении лёжа</td><td>60 уд/мин</td><td>60 уд/мин</td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>б) через 1 мин после вставания с постели</td><td>70 уд/мин</td><td>75 уд/мин</td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>в) разница (ортостатическая проба)</td><td>10 уд/мин</td><td>15 уд/мин</td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Масса тела</td><td>65,1 кг</td><td>64,3 кг</td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Частота дыхания в покое</td><td>16 раз/мин</td><td>16 раз/мин</td><td></td></tr>
<tr><td>13</td><td>Нарушения режима</td><td>Нет</td><td>Нет</td><td></td></tr>
<tr><td>14</td><td>Двигательная активность</td><td>12.500 шагов + тренировка 1,5 час.</td><td>8000 шагов</td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр <u>1</u>)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 7	*Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности*	1 – 30
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 7

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что представляет собой понятие "культура"

(1) степень раскрытия потенциальных возможностей личности в различных областях деятельности

(2) материальные и духовные ценности, создаваемые человеком

(3) носитель культурных ценностей, создающий новые ценности

(4) социальная среда, в которой развивается личность

Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Физическая культура — это:

(1) занятия спортом

(2) часть общей культуры, совокупность материальных и духовных ценностей в сфере двигательной деятельности человека

(3) часть общей культуры, призванная развивать и совершенствовать физическое состояние человека

(4) участие в соревнованиях

Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Влияние физических упражнений на организм человека

(1) положительное, если эти упражнения выполняются регулярно, в правильном темпе, в правильной последовательности, а занимающийся не имеет противопоказаний, исключающих данные занятия

(2) положительное только в случае, если заниматься ими на пределе своих физических возможностей

(3) положительное только в случае, если использовать естественные силы природы для восстановления организма

Ответ:_____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что из перечисленного можно отнести к основным средствам физического воспитания

(1) физиотерапевтические процедуры

(2) ритмические и силовые характеристики движений

(3) естественные силы природы

(4) витамины и минеральные добавки

Ответ:_____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Процесс воспитания физических качеств и формирования двигательных умений и навыков называется

(1) физической подготовкой

(2) физическим воспитанием

(3) физической подготовленностью

(4) физической культурой

Ответ:_____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Способность выполнять движения с большой амплитудой называется:

(1) эластичностью

(2) гибкостью

(3) растяжкой

(4) разминкой

Ответ:_____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Оздоровительные задачи физического воспитания направлены:

(1) на подготовку с целью зачисления в группу спортивной подготовки по виду спорта (спортивной дисциплине)

(2) на формирование знаний о физической культуре и спорте и умений выполнять физические упражнения в избранном виде спорта

(3) на охрану жизни и укрепление здоровья

Ответ:_____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Способность к продолжительной работе без снижения ее эффективности или способность противостоять утомлению называется:

(1) функциональной устойчивостью

(2) биохимической экономизацией

(3) тренированностью

(4) выносливостью

Ответ:_____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К показателям физической подготовленности относятся:

(1) вес, рост

(2) артериальное давление и ЧСС

(3) время задержки дыхания

(4) сила, выносливость, скорость

Ответ:_____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Субъективные показатели работоспособности при занятиях физическими упражнениями

(1) физиологическая кривая

(2) изменение частоты дыхания, потоотделение

(3) температура кожной поверхности

(4) потеря веса

Ответ:_____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Укажите, что не относится к методическим принципам физического воспитания:

(1) систематичность

(2) сила воли и смелость

(3) сознательность и активность

(4) доступность и индивидуализация

Ответ:_____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Физическое воспитание — это:

(1) занятия физическими упражнениями

(2) часть воспитания, результат развития физических и психических качеств личности

(3) часть общего воспитания, процесс и результат развития двигательных способностей, формирования физических, психических и морально-эстетических качеств личности

(4) участие в соревнованиях

Ответ:_____

13. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Физическая рекреация – это:
(1) средство лечения и восстановление функций после травм или заболеваний
(2) утренняя гимнастика
(3) дозированный бег
(4) двигательный активный отдых, туризм
Ответ:_____

14. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что является главным источником энергии в организме
(1) белки
(2) углеводы
(3) жиры
(4) минеральные вещества
Ответ:_____

15. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Студенты, имеющие отклонения в состоянии здоровья зачисляются в отделение:
(1) основное
(2) медицинское
(3) специальное
(4) спортивное
Ответ:_____

16. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Базой, основой повышения работоспособности человека является
(1) специальная подготовка
(2) общая физическая подготовка
(3) спортивная подготовка
(4) прикладная подготовка
Ответ:_____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что означает слово "спорт"
(1) физическая культура
(2) зрелище
(3) соревновательная деятельность
(4) игра, развлечение
Ответ:_____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Гиподинамия — это:

(1) сниженная двигательная деятельность, следствием которой является нарушение функций организма

(2) повышенная двигательная деятельность, следствием которой является нарушение функций организма

(3) повышенное артериального давление у человека

(4) нарушение деструктивных функций систем органов у человека

Ответ:_____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Самоконтроль — это:

(1) регулярные наблюдения занимающихся за состоянием своего здоровья, функциональной и физической подготовленностью и их изменениями под влиянием занятий упражнениями и спортом

(2) планомерный процесс получения информации о физическом состоянии занимающихся физической культурой

(3) краткое заключение о состоянии здоровья, занимающегося физической культурой и спортом

Ответ:_____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какая физическая культура связана с использованием физических упражнений в качестве средства лечения заболеваний?

(1) оздоровительно-реабилитационная физическая культура

(2) педагогическая физическая культура

(3) профессиональная физическая культура

(4) физическая культура в детских дошкольных учреждениях

Ответ:_____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что относится к функциональным показателям, характеризующие особенности физического развития человека:

(1) уровень развития общей выносливости, результаты прыжка с места

(2) частота сердечных сокращений, сила основных мышечных групп

(3) объем грудной клетки, форма осанки, длина и масса тела

Ответ:_____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

В качестве теоретической подготовки не рассматривается:

(1) система знаний, сконцентрированных в специализированных научных дисциплинах в сфере спорта, связанных с познанием и научным обеспечением спортивной практики

(2) система интеллектуальных умений и навыков, обеспечивающих формирование убеждений и развитие познавательных способностей в процессе спортивной деятельности

(3) система знаний, умений и навыков, позволяющих правильно строить тренировочный процесс и добиваться успехов на соревнованиях

Ответ:_____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что такое массовый спорт:

(1) занятия физическими упражнениями в разнообразных соревновательных формах с целью активного отдыха, досуга

(2) спорт высших достижений

(3) профессиональный спорт

(4) достиженческий спорт

Ответ:_____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Ловкость — это способность:

(1) выполнять действие при обучении двигательного упражнения

(2) перестраивать двигательную деятельность в соответствии с меняющейся ситуацией и быстро обучаться новым двигательным действиям

(3) противодействовать внешним сопротивлениям

(4) выполнять движения с наибольшей амплитудой

Ответ:_____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

В чем заключается особенность ритмической гимнастики:

(1) деятельность, которая связана с длительным сохранением сидячей рабочей позы и точностью выполнения мелких механических операций

(2) приводит организм в рабочее состояние после пробуждения, поддерживает высокий уровень работоспособности в течение трудового дня

(3) темп движений и интенсивность выполнения упражнений задается ритмом музыкального сопровождения

Ответ:_____

26. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Факторы, влияющие на работоспособность:

(1) физиологическое состояние

(2) психическое состояние
(3) физическое состояние

Ответ:_____

27. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Что относится к средствам физической культуры:
(1) физические упражнения
(2) оздоровительные силы природы (солнце, воздух и вода)
(3) гигиенические факторы

Ответ: _____

28. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Методы строго-регламентированного упражнения, типичные для воспитания:
(1) методы обучения двигательным действиям
(2) круговой тренировки
(3) методы развития физических качеств
(4) наглядной демонстрации
(5) вариативно-слитного упражнения
Ответ: _____

29. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Перечислите средства развития быстроты:
(1) соревновательные и специальные упражнения, выполняемые с максимальной скоростью
(2) скоростно-силовые упражнения
(3) ходьба, лыжи, плавание, коньки
(4) упражнения с отягощениями, ведение 2-х мячей двумя руками, метание гранаты, кросс
(5) подвижные и спортивные игры, эстафеты
Ответ:

30. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Двигательное умение — это:
(1) способность правильно выполнить двигательное действие, доведенное до автоматизма
(2) способность правильно выполнить двигательное действие, не доведенное до автоматизма
(3) способность владения рациональной техники двигательного действия
(4) способность правильно выполнить двигательное действие на сознательном уровне

Ответ: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th>Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Раздел 1. Легкая атлетика.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td>Сдача контрольных нормативов – определение уровня развития физических качеств человека на основе нормативов физкультурно-спортивной направленности и оценке освоения техники видов спорта. Нормативы сдаются на учебных занятиях после освоения физических упражнений и элементов техники вида спорта (таблица 1, 2).
Таблица 1.
Контрольные оценивающие показатели физкультурно-спортивной направленности у студентов-юношей.
<table>
<tr><td>нование кнения</td><td>1 балл</td><td>2 балла</td><td>3 балла</td><td>4 балла</td></tr>
<tr><td>- 3000 м</td><td>15,00</td><td>14,30</td><td>14,00</td><td>13,30</td></tr>
<tr><td>100 м</td><td>15,0</td><td>14,6</td><td>14,3</td><td>14,0</td></tr>
<tr><td>в длину с ста</td><td>170</td><td>190</td><td>210</td><td>220</td></tr>
</table>
Таблица 2.
Контрольные оценивающие показатели физкультурно-спортивной направленности у студентов-девушек.
<table>
<tr><td>нование кнения</td><td>1 балл</td><td>2 балла</td><td>3 балла</td><td>4 балла</td></tr>
<tr><td>- 2000 м</td><td>13,30</td><td>13,00</td><td>12,30</td><td>12,00</td></tr>
<tr><td>100 м</td><td>19,0</td><td>18,0</td><td>17,0</td><td>16,5</td></tr>
<tr><td>в длину с ста</td><td>130</td><td>140</td><td>150</td><td>160</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th>Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td>2</td><td>Раздел 2. Волейбол.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td>1. Норматив. Условия выполнения: выполняется подача на точность любым способом:
- 4 подачи в 1 зону, 4 подачи в 5 зону и 2 подачи в переднюю линию;
- 9–10 попаданий – отлично, 7–8 попаданий – хорошо, 4-6 попаданий – удовлетворительно, <4 попаданий неудовлетворительно.
2. Норматив. Условия выполнения: выполняется верхняя передача над собой, не выходя из круга диаметром 3 метра, высота передачи минимум 2 метра:
- 9–10 передач – отлично, 7–8 – хорошо, 5–6 удовлетворительно.
3. Норматив. Условия выполнения: выполняется верхняя передач мяча на расстоянии 2 метра от стены:
- 25–30 передач – отлично, 18–24 передачи – хорошо, 12–17 передач – удовлетворительно.
4 Норматив. Условия выполнения: Нижняя передача мяча в парах выполняется на расстоянии 3 - 4метра:
- 25–30 передач – отлично, 18–24 передачи – хорошо, 12–17 передач – удовлетворительно.

После выполнения контрольных нормативов результаты вносятся в таблицу. За рубежный контроль выставляется средняя оценка за все нормативы.

<table><tr><td>Контрольный норматив</td><td>Отлично > или = 85</td><td>Хорошо 75-84</td><td>Удовлетв. 65-74</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Раздел 3. Баскетбол.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td>1.Норматив: Условия выполнения: Испытуемый с мячом в руках стоит перед лицевой линией напротив 3-х стоек, стоящих по прямой друг за другом. Расстояние от линии до первой стойки 3 метра и следующие стойки так же находятся последовательно в 3-х метрах друг от друга. Нужно по сигналу на скорости провести мяч между стойками «змейкой» к третьей стойке, вокруг нее, так же и обратно, ведя мяч возле стойки «дальней» от нее рукой и соблюдая правила баскетбола. Учитывается время прохождения полосы в секундах.
Баллы: «отлично» юноши – 7,1 сек. девушки – 7,7 сек.
«хорошо» – 8,0 сек. – 8,3 сек.
«удовлетворительно» - 9,3 сек. - 10,1 сек.
2.Норматив: Условия выполнения: Испытуемый с мячом в руках стоит в 2,5 метра от стены. По сигналу учителя он выполняет на скорости 10 передач мяча в стену. Касание или падение мяча на пол ошибкой не считается. Передачи следует выполнять наиболее экономичным спосо-</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th>Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>бом – двумя руками от груди. Естественно, что имеющий навык передач делает упражнение быстрее.
Баллы: «отлично» юноши – 12,0 сек. девушки – 13,5 сек.
«хорошо» – 14,0 сек. – 15,0 сек.
«удовлетворительно» - 17,0 сек. - 19,0 сек.
После выполнения контрольных нормативов результаты вносятся в таблицу. За рубежный контроль выставляется средняя оценка за все нормативы.
<table>
<tr><td>Контрольный норматив</td><td>Отлично
> или = 85</td><td>Хорошо
75-84</td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Норматив</td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Раздел 4. Стрельба.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td>Контрольные нормативы по стрельбе
для студентов 16-29 лет (юноши, девушки)
<table>
<tr><td>№</td><td>НОРМАТИВЫ (ТЕСТЫ)</td></tr>
<tr><td>1</td><td>СТРЕЛЬБА ИЗ ПНЕВМАТИЧЕСКОЙ ВИНТОВ
3 пробных 5 зачетных выстрелов)</td></tr>
</table>
Контрольные нормативы по стрельбе
для студентов 16-29 лет (юноши, девушки)
<table>
<tr><td>№</td><td>НОРМАТИВЫ (ТЕСТЫ)</td></tr>
<tr><td>1</td><td>СТРЕЛЬБА ИЗ ПНЕВМАТИЧЕСКОЙ ВИНТОВ
3 пробных 5 зачетных выстрелов)</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Раздел 5. Шахматы.</td><td>Устный ответ</td><td>Вопросы к устному ответу:
1.Правила шахматной игры
2. Ходы шахматных фигур.
3. Тактические приемы ведения шахматного боя.
4. Шахматная стратегия
5. Испанская партия.
6. Итальянская партия.
7. Мат Легаля.
8. Детский мат.
9. Сицилийская защита.
10. Защита Кара-Канн.
11. Ферзевый гамбит.
12. Мат в 2 хода.
13. Мат в 3 хода.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th>Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>14. Шахматная задача.
15. Правила игры с часами.
16. Шахматная позиция: первоначальная позиция, игровая позиция.
Шахматная нотация: обозначение вертикалей латинскими буквами,
горизонталей - цифрами.
17. Дебюты. Открытые дебюты, шотландская партия, шотландский
гамбит. Королевский гамбит.
18. Испанская партия. Основной вариант, разменный вариант,
открытый вариант.
19. Французская защита. Связка и ее значение.
20. Техника игры в эндшпиле.
21. Техника игры в миттельшпиле. Комбинации в миттельшпиле,
комбинации в исполнении чемпионов мира.
22. Изучение и совершенствование дебютов: испанская партия,
русская партия, сицилийская защита. Ферзевый гамбит.
23. Старо индийская защита. Защита Немцовича. Французская
защита. Защита Каро-Канн.
24. Разбор партий чемпионов мира и сильнейших шахматистов мира.</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Раздел 6. Лыжная подготовка.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td>Контрольные оценивающие показатели физкультурно-спортивной направленности у студентов. Лыжная подготовка.
<table>
<tr><th rowspan="2">№ п/п</th><th rowspan="2">Контрольные</th><th colspan="3">Баллы</th></tr>
<tr><th>1</th><th>3</th><th>5</th></tr>
<tr><td>Лыжная подготовка</td><td>Демонстрация техники

Передвижения попеременного двушажного хода на 1 км

С уклоном и</td><td>с небольшим нарушением демонстрации техники

6 мин</td><td>без нарушения демонстрации техники

5 мин</td><td>Без нарушения демонстрации+демонстрация других сложных подводящих ускорению движений

4 мин</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Раздел 7. Плавание.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здо-</td><td>Контрольные нормативы физической подготовленности студентов, занимающихся плаванием.
<table>
<tr><td>ование</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля

		ровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.	упражнения	балл	балла	балла	балла	баллов
			25 м кроль на груди (сек)	30 сек	24 сек	19,7 сек	18,5 сек	17 сек
			50 м без учета времени	С 5 остановками	С 4 остановками	С 3 остановками	С 2 остановками	Без остановок
			25 м кроль на спине (сек)	35 сек	30 сек	25 сек	22 сек	20 сек
			50 м на ногах кроль с доской	55 сек	50 сек	45 сек	40 сек	35 сек
			12 мин без остановочного плавания	200 метров	300 метров	400 метров	500 метров	600 метров

Критерии оценки контрольной работы:

Педагогический работник оценивает практическое задан
шкале оценок:

Сумма баллов	Оце
85-100	Отлично
75-84	Хорошо
65-74	Удовлетворит
1-64	Неудовлетворит
0	не атте

8	Раздел 8. Общая физическая подготовка.	сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.	

Таблица.
Контрольные оценивающие показатели физкультурно-спортивной направленности у студентов-юношей.

нование кнения	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла
ние туловища инуту	35	40	45	50
вание на ладине	3	5	7	8
через скамину	70	90	110	120
ния за 30 унд	24	26	28	30
ания из лежа	15	20	25	30
туловища на гимнай скамейке	-5	0	+5	+8

Таблица.
Контрольные оценивающие показатели физкультурно-спортивной направленности у студентов-девушек.

нование кнения	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла
ние туловища инуту	30	35	40	45
вание на	5	8	10	12

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Контролируемые разделы / темы, дисциплины</th><th>Форма рубежного контроля</th><th colspan="6">Вопросы/задания рубежного контроля</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">перекладине</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">Прыжки через скакалку за 1 минуту</td><td>70</td><td>90</td><td>100</td><td>110</td><td>120</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">Приседания за 30 секунд</td><td>22</td><td>24</td><td>26</td><td>28</td><td>30</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">Отжимания из упора стоя на коленях</td><td>10</td><td>15</td><td>20</td><td>25</td><td>30</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">Наклон туловища вперед на гимнастической скамейке</td><td>0</td><td>+5</td><td>+10</td><td>+13</td><td>+16</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Раздел 9. Настольный теннис.</td><td>сдача контрольных нормативов для студентов, зачисленных в основную группу здоровья на основании заключения медицинского освидетельствования, выступления на соревнованиях вуза.</td><td colspan="6"><table><tr><th>№ п/п</th><th>Контрольные</th><th colspan="3">Баллы</th></tr><tr><th></th><th></th><th>1</th><th>3</th><th>5</th></tr><tr><td>1.</td><td>Жонглирование теннисным мячом</td><td>15 жонглирований</td><td>25 жонглирований</td><td>30 жонглирований</td></tr><tr><td>2.</td><td>выполнение подач в настольном теннисе: 5</td><td>2/2</td><td>3/3</td><td>4-5/4-5</td></tr></table></td></tr>
</table>

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1-6)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 7	*Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности*	1 – 31
Всего		31

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 7

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К видам спорта, акцентировано развивающим общую выносливость, можно отнести:
(1) велосипедный спорт, биатлон, спортивное ориентирование
(2) футбол, хоккей, волейбол
(3) шахматы, шашки
Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Занятия видами спорта, развивающими общую выносливость, проводятся:
(1) с низкой интенсивностью (пульс до 130 удар/мин)
(2) со средней интенсивностью (пульс до 155 удар/мин)
(3) с высокой интенсивностью (пульс до 185 удар/мин)
Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Виды спорта, развивающие ловкость (кроме спортивных игр):
(1) оказывают существенное влияние на сердечно-сосудистую и дыхательные системы
(2) не оказывают значительного влияния на сердечно-сосудистую и дыхательную системы
(3) влияют на подготовку нервно-мышечного аппарата
Ответ:_____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К видам спорта, связанным с развитием скоростно-силовых качеств, относятся:
(1) бег на короткие и средние дистанции
(2) гиревой спорт
(3) легкоатлетические метания, толкание ядра
(4) спортивные игры и стрельба из лука
Ответ:_____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К единоборствам можно отнести:
(1) вольная борьба
(2) триатлон
(3) современное пятиборье
(4) керлинг
Ответ:_____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какая из систем специальных упражнений применяется как восстановительное и разминочное средство:
(1) степ-аэробика
(2) боди денс
(3) стретчинг (система специальных упражнений, направленных на растягивание мышц и повышение подвижности суставов, значительное улучшение гибкости)
(4) капоэйра
Ответ:_____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Технология системы развитие силы, упражнений с отягощениями, направленная на создание красивого, гармоничного телосложения называется:
(1) атлетическая гимнастика
(2) спортивная гимнастика
(3) на охрану жизни и укрепление здоровья
(4) пятиборье
(5) легкая атлетика
Ответ:_____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Как называется приём с помощью, которого противодействуют передачам и ведению в баскетболе:
(1) Бросок

(2) Отскок
(3) Прыжок
(4) Перехват
Ответ:_____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Название техники атакующих действий в волейболе:
(1) нисходящий удар
(2) прямой нападающий удар
(3) перевод мяча
(4) планирующий удар
Ответ:_____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Определение уровня физической подготовленности возможно при содействии:
(1) оценки физического развития
(2) специального инвентаря
(3) контрольных тестов (нормативов)
(4) визуальной оценки
Ответ:_____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Старинная русская народная спортивная игра, в которой необходимо с определенных расстояний «выбивать» метанием биты различные фигуры:
(1) лапта
(2) поселки
(3) городки
(4) районы
Ответ:_____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Формы организации физического воспитания, проводимые в режиме учебно-тренировочных занятий:
(1) велопробеги
(2) туристические походы
(3) занятия на уроках физической культуры
(4) занятия в спортивных клубах, отделениях ДЮСШ
Ответ:_____

13. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Оздоровительная система физических упражнений в воде, выполняемая под музыку, сочетающая элементы плавания, гимнастики, стретчинга, силовых упражнений называется:

(1) аквааэробика
(2) силовая аэробика
(3) слайд-аэробика
(4) Степ-аэробика

Ответ:_____

14. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Проведение спортивных соревнований регулирует:

(1) арбитр
(2) учитель физической культуры
(3) главный судья соревнований
(4) директор школы

Ответ:_____

15. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Скорость ходьбы увеличивается, если:

(1) увеличить длину и частоту шагов
(2) увеличить длину шагов
(3) увеличить частоту шагов
(4) увеличить частоту дыхания

Ответ:_____

16. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Саморегуляция на занятиях по физической культуре имеет форму:

(1) аутогенной тренировки
(2) скоростно-силовой тренировки
(3) тренировки на выносливость
(4) беговой тренировке

Ответ:_____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Общеразвивающие упражнения формируют:

(1) освоение тактики
(2) развитие волевых качеств
(3) освоение техники движений
(4) развитие физических качеств

Ответ:_____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Начиная самостоятельные занятия физическими упражнениями, необходимо учитывать факторы:
(1) состояния здоровья
(2) аппетит
(3) состояние окружающей среды
(4) атмосферное давление
Ответ:_____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Общий результат тренировочных занятий будет зависит от:
(1) внимательности
(2) успеваемости
(3) регулярности
(4) соблюдения техники безопасности
Ответ:_____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Принципы постепенного увеличения трудности упражнений, объема и интенсивности нагрузок, адекватное чередование нагрузок и отдыха между упражнениями относят к:
(1) физиологическим принципам тренировки
(2) правилам поведения
(3) тактическим характеристикам
(4) техническим характеристикам
Ответ:_____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что такое сила:
(1) способность человека выполнить мышечное напряжение
(2) способность человека преодолевать или противодействовать внешнему сопротивлению
(3) выполнять действие посредством мышечных напряжений
(4) способность человека быстро бегать и прыгать
Ответ:_____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Охарактеризуйте метод динамических усилий развития силовых качеств:
(1) совершенствование скорости отягощенных движений, развитие быстрой силы
(2) совершенствование силовой выносливости и рельефа мышц
(3) совершенствование максимальной силы и статического напряжения
Ответ:_____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Физическое совершенство – это:
(1) исторический идеал физического развития и физической подготовленности человека, оптимально соответствующий требованиям жизни
(2) процесс физического воспитания, направленный на развитие физических способностей человека, основных качеств-силы, быстроты, ловкости, гибкости, выносливости
(3) врождённые качества, которые помогают двигатьсячеловеку
Ответ:_____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Цикл спортивной подготовки это:
(1) цикл минимальной подготовки
(2) мезоцикл
(3) цикл максимальной подготовки
Ответ:_____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Комплекс мероприятий, позволяющих определить высокую степень предрасположенности ребенка к тому или иному роду спортивной деятельности (виду спорта), называется:
(1) тестированием достижений и развития
(2) диагностикой достижений и развития
(3) спортивным отбором
(4)анализом и оценкой одаренности
Ответ:_____

26. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Уровень выносливости зависит от:
(1) мощности работы сердца и легких
(2) печени
(3) мышц
Ответ:_____

27. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Нагрузки для развития физических качеств целесообразно планировать в порядке:
(1) быстрота> сила> выносливость
(2) скоростные способности- силовые способности-упражнения циклического воздействия на организм
(3) сила> быстрота> выносливость

(4) выносливость> быстрота> сила
(5) быстрота> выносливость> сила
Ответ: _____

28. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Энергозатраты при занятиях спортом зависят от:
(1) физического состояния
(2) пола человека
(3) выполняемой нагрузки
Ответ: _____

29. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Установите методическую последовательность обучения техническим приемам в баскетболе, волейболе и футболе:
(1) общее ознакомление с техническим приемом: объяснение и показ
(2) разучивание технического приема в условиях, близких к игровым
(3) закрепление технического приема, обусловленное тактической целесообразностью его применения в игровой обстановке
(4) разучивание технических приемов в упрощенных условиях
Ответ: _____

30. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

К массовым спортивным и физкультурно-оздоровительным мероприятиям относятся:

(1) соревнования и физкультурные мероприятия

(2) физкультурно-спортивные праздники

(3) массовые соревнования по отдельным видам спорта

Ответ:_____

31. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Укажите три принципа самостоятельного освоения двигательного действия в физической культуре и спорте
(1) От низкого к высокому;
(2) От известного к неизвестному;
(3) От простого к сложному;
(4) От ближнего к дальнему;
(5) От субъективного к объективному;
(6) От освоенного к неосвоенному
Ответ:_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СПЕЦИАЛЬНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Легкая атлетика.	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Дыхательные упражнения на занятиях физической культуры. Роль и значимость. 2. Закаливание как средство укрепления здоровья. 3. Оздоровительный бег и ходьба. 4. Утомление и восстановление организма. 5. Ходьба и ее разновидности. 6. Сочетание ходьбы с упражнениями на дыхание, расслабление. 7. Ходьба с изменением времени прохождения дистанции. Бег и его разновидности. 8. Скандинавская ходьба. 9. Оздоровительный бег трусцой. 10. Режим тренировок, время тренировок, дозировка нагрузок для людей с минимальными отклонениями в состоянии здоровья.
2.	Раздел 2. Занятия избранным видом адаптивного спорта. (Волейбол, баскетбол).	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Причины и виды заболеваний опорно-двигательного аппарата. 2. Волейбол сидя, стоя. 3. Средства обучения и совершенствования техники волейбола сидя. *4.* Средства обучения и совершенствования техники волейбола стоя. 5. Баскетбол в адаптивном спорте. 6. Преимущества радиального баскетбола. 7. Область применения радиального баскетбола. 8. Правила игры в радиальный баскетбол. 9. Мини-питербаскет. Особенности игры. 10. Влияние адаптивных спортивных игр на организм занимающихся.
3.	Раздел 3. Оздоровительные игры (дартс, шашки).	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Обучение основным техническим приемам в спортивной игре дартс. 2. Приобретение знаний по вопросам правил соревнований и разделам теории игры дартс. 3. Обучение правилам техники безопасности во время занятий в дартс. 4. Шашки для слепых и слабовидящих. 5. Правила игры в шашки. 6. Основы шашечной игры, основные ходы.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			7. Цель шашечной партии; история возникновения игры в шашки. 8. Приёмы разыгрывания партии, доведения её до логического конца. 9. Блок разминочных упражнений в дартс. 10. Блок разминочных упражнений в шашки.
4.	Раздел 4. Подвижные игры и эстафеты.	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Раскройте содержание понятий «физическая культура», «физическое воспитание», «физическая подготовленность и двигательная подготовленность». 2. Раскройте содержание понятий «профессионально-прикладная подготовка», «физическая реабилитация», «кинезиотерапия». 3. Составляющие компоненты физической культуры. 4. Роль игрового метода в практике физического воспитания. 5. Требование к подбору и руководству игр.Судейство, дозировка нагрузки. 6. Окончание игры, подведение итогов игры. 7. Игры для совершенствования элементов общеразвивающих упражнений. 8. Эстафеты без предметов. 9. Основные направления организации и методики применения подвижных игр для студентов с ослабленным здоровьем. 10. Требование к подбору и руководству игр с предметами. 11. Судейство игр, дозировка нагрузки, окончание игр с предметами, подведение итогов игры. 12. Игры с мячами, со скакалками, обручами, эстафеты с предметами.
5.	Раздел 5. Шахматы.	Устный ответ	*Перечень тем устного ответа:* 1. Что относится к понятиям «лечебная физическая культура» и «гигиеническая физическая культура» и в чем их различие. 2. Ценностный компонент базовой физической культуры студента. 3. Деятельностный компонент базовой физической культуры студента. 4. Правила шахматной игры 5. Ходы шахматных фигур. 6. Тактические приемы ведения шахматного боя. 7. Шахматная стратегия 8. Испанская партия. 9. Итальянская партия. 10. Мат Легаля. 11. Детский мат. 12. Сицилийская защита. 13. Защита Кара-Канн. 14. Ферзевый гамбит. 15. Мат в 2 хода. 16. Мат в 3 хода. 17. Шахматная задача. 18. Правила игры с часами.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			19. Шахматная позиция: первоначальная позиция, игровая позиция. 20. Шахматная нотация: обозначение вертикалей латинскими буквами, 21. горизонталей - цифрами. 22. Дебюты. Открытые дебюты, шотландская партия, шотландскийгамбит. Королевский гамбит. 23. Испанская партия. Основной вариант, разменный вариант,открытый вариант. 24. Французская защита. Связка и ее значение. 25. Техника игры в эндшпиле. 26. Техника игры в миттельшпиле. Комбинации в миттельшпиле,комбинации в исполнении чемпионов мира. 27. Изучение и совершенствование дебютов: испанская партия,русская партия, сицилийская защита. Ферзевый гамбит. 28. Старо индийская защита. Защита Немцовича. Французскаязащита. Защита Каро-Канн. 29. Разбор партий чемпионов мира и сильнейших шахматистов мира.
6.	Раздел 6. Оздоровительная гимнастика.	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Основные причины изменения психофизического состояния студента в период сессии. 2. Алгоритм здоровья, основы здорового образа жизни 3. Питание и здоровье в жизни студента 4. Психогигиена умственного труда студентов 5. Развитие физических качеств, повышение резервных возможностей организма 6. Утренняя гигиеническая гимнастика и другие формы самостоятельных занятий в режиме дня студента. 7. Сохранить осанку – сберечь здоровье. 8. Закаливание как средство укрепления здоровья. 9. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями. 10. Массаж при умственном и физическом утомлении. 11. Влияние физических упражнений на женский организм. 12. Гипотония и активный образ жизни. 13. Артериальная гипертония и ее профилактика. 14. Роль физических упражнений в регулировании нарушений в состоянии здоровья. 15. Методика коррекции строения тела человека средствами физической культуры и спорта. 16. Методика использования дыхательной гимнастики.
7.	Раздел 7. Оздоровительное плавание.	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Техника безопасности до, во время и после занятий плаванием. Требования безопасности в аварийных ситуациях. 2. Упражнения для освоения техники плавания на суше. 3. Изучение способов держания на воде: «поплавок», «звездочка». 4. Изучение техники скольжения на груди, толчка от бортика бассейна, попеременной работы рук и ног способом кроль на груди, техники вдоха и выдоха при оздоровительном плавании. 5. Упражнения для рук и плечевого пояса, для мышц туловища, мышц ног, упражнения в воде в не полной и полной координации движения, лежание на воде.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			6. Техника брасса у неподвижной опоры, в воде. Контроль владения навыками лежания на воде, скольжения на груди и на спине, дыхания в воде. 7. Влияние оздоровительного плавания на организм человека Расскажите о плавании в системе реабилитации и адаптации лиц с ограниченными возможностями. 8. Дайте психолого-педагогическую характеристику направленности личности как основы индивидуализации работы с пловцами, имеющими ограниченные возможности. 9. Расскажите об основных особенностях физического развития лиц с нарушениями слухового анализатора. 10. Расскажите об основных особенностях физического развития лиц с нарушениями зрительного анализатора. 11. Расскажите об основных особенностях физического развития лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата. 12. Расскажите об основных особенностях физического развития лиц с нарушениями интеллекта. 13. Расскажите об особенностях материально-технического обеспечения и оборудования бассейнов для лиц с ограниченными возможностями. 14. Охарактеризуйте работу тренера и его помощников при первых посещениях бассейна лиц с ограниченными возможностями. 15. Расскажите об особенностях входа и выхода из воды для лиц с ограниченными возможностями. 16. Каковы особенности обучения спортивным способам плавания лиц с нарушениями слухового анализатора?
8.	Раздел 8. Общая физическая подготовка (оздоровительные формы и виды).	письменный доклад с презентацией.	*Перечень тем докладов:* 1. Физическая реабилитация при нарушении обмена веществ. Ожирение. Нормализация массы тела средствами физического воспитания 2. Физическая реабилитация при заболеваниях органов дыхания. Бронхиальная астма. 3. Физическая реабилитация при болезнях печени и желчевыводящих путей. 4. Физическая реабилитация при заболеваниях органов пищеварения. Хронический гастрит и гастродуоденит. 5. Физическая реабилитация при заболеваниях органов пищеварения. Язвенная болезнь. желудка и двенадцатиперстной кишки. 6. 2Физическая реабилитация при нарушениях рефракции глаза. 7. Физическая реабилитация при болезнях почек и мочевыводящих путей. 8. Физическая реабилитация при травмах и операциях. 9. Профилактика нозологических заболеваний средствами физической культуры. 10. Профессионально-прикладная физическая культура студентов профессионального различного профиля. 11. Методика занятий адаптивной физической культуры (с инвалидами). 12. Основы методики использования восстановительных средств, рационального питания и контроля за весом тела.
9.	Раздел 9. Настольный теннис.	письменный доклад с презентаци-	1. История развития игры. Правила игры в настольный теннис. 2. Стойки игрока их классификации. Способы держания ракетки.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
		ей.	3. Обучение ударам с перемещением. Удар справа срезкой с отскока в движении. 4. Правила игры на счет. Обучение умений направлять мяч по диагонали и по прямой. 5. Обучение ударам с разным видом в вращений мяча. 6. Обучение ударам срезкой справа и слева в сочетании. 7. Воспитание скоростных и координационных способностей в настольном теннисе. 8. Характеристика настольного тенниса как средство физического воспитания Функции настольного тенниса: оздоровительная, развивающая, рекреационная и др. 9. Основные стили игры в настольном теннисе. Основные термины настольного тенниса. 10. Актуальные проблемы развития настольного тенниса. Отличительные особенности соревнований по круговому способу и олимпийской системе с розыгрышами всех мест. 11. Розыгрыш очка. Костюм участника. 12. Правила парной игры. Система проведения командных соревнований 13. Классификация технических приемов в настольном теннисе

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1-6)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 7	*Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности*	1 – 31
Всего		31

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 7

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К видам спорта, акцентировано развивающим общую выносливость, можно отнести:
(1) велосипедный спорт, биатлон, спортивное ориентирование
(2) футбол, хоккей, волейбол
(3) шахматы, шашки
Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Занятия видами спорта, развивающими общую выносливость, проводятся:
(1) с низкой интенсивностью (пульс до 130 удар/мин)
(2) со средней интенсивностью (пульс до 155 удар/мин)
(3) с высокой интенсивностью (пульс до 185 удар/мин)
Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Виды спорта, развивающие ловкость (кроме спортивных игр):
(1) оказывают существенное влияние на сердечно-сосудистую и дыхательные системы
(2) не оказывают значительного влияния на сердечно-сосудистую и дыхательную системы
(3) влияют на подготовку нервно-мышечного аппарата
Ответ:_____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К видам спорта, связанным с развитием скоростно-силовых качеств, относятся:
(1) бег на короткие и средние дистанции
(2) гиревой спорт
(3) легкоатлетические метания, толкание ядра
(4) спортивные игры и стрельба из лука
Ответ:_____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

К единоборствам можно отнести:
(1) вольная борьба
(2) триатлон
(3) современное пятиборье
(4) керлинг
Ответ:_____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какая из систем специальных упражнений применяется как восстановительное и разминочное средство:
(1) степ-аэробика
(2) боди денс
(3) стретчинг (система специальных упражнений, направленных на растягивание мышц и повышение подвижности суставов, значительное улучшение гибкости)
(4) капоэйра
Ответ:_____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Технология системы развитие силы, упражнений с отягощениями, направленная на создание красивого, гармоничного телосложения называется:
(1) атлетическая гимнастика
(2) спортивная гимнастика
(3) на охрану жизни и укрепление здоровья
(4) пятиборье
(5) легкая атлетика
Ответ:_____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Как называется приём с помощью, которого противодействуют передачам и ведению в баскетболе:
(1) Бросок

(2) Отскок
(3) Прыжок
(4) Перехват
Ответ:_____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Название техники атакующих действий в волейболе:
(1) нисходящий удар
(2) прямой нападающий удар
(3) перевод мяча
(4) планирующий удар
Ответ:_____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Определение уровня физической подготовленности возможно при содействии:
(1) оценки физического развития
(2) специального инвентаря
(3) контрольных тестов (нормативов)
(4) визуальной оценки
Ответ:_____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Старинная русская народная спортивная игра, в которой необходимо с определенных расстояний «выбивать» метанием биты различные фигуры:
(1) лапта
(2) поселки
(3) городки
(4) районы
Ответ:_____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Формы организации физического воспитания, проводимые в режиме учебно-тренировочных занятий:
(1) велопробеги
(2) туристические походы
(3) занятия на уроках физической культуры
(4) занятия в спортивных клубах, отделениях ДЮСШ
Ответ:_____

13. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Оздоровительная система физических упражнений в воде, выполняемая под музыку, сочетающая элементы плавания, гимнастики, стретчинга, силовых упражнений называется:

(1) аквааэробика
(2) силовая аэробика
(3) слайд-аэробика
(4) Степ-аэробика

Ответ:_____

14. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Проведение спортивных соревнований регулирует:

(1) арбитр
(2) учитель физической культуры
(3) главный судья соревнований
(4) директор школы

Ответ:_____

15. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Скорость ходьбы увеличивается, если:

(1) увеличить длину и частоту шагов
(2) увеличить длину шагов
(3) увеличить частоту шагов
(4) увеличить частоту дыхания

Ответ:_____

16. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Саморегуляция на занятиях по физической культуре имеет форму:

(1) аутогенной тренировки
(2) скоростно-силовой тренировки
(3) тренировки на выносливость
(4) беговой тренировке

Ответ:_____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Общеразвивающие упражнения формируют:

(1) освоение тактики
(2) развитие волевых качеств
(3) освоение техники движений
(4) развитие физических качеств

Ответ:_____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Начиная самостоятельные занятия физическими упражнениями, необходимо учитывать факторы:
(1) состояния здоровья
(2) аппетит
(3) состояние окружающей среды
(4) атмосферное давление
Ответ:_____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Общий результат тренировочных занятий будет зависит от:
(1) внимательности
(2) успеваемости
(3) регулярности
(4) соблюдения техники безопасности
Ответ:_____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Принципы постепенного увеличения трудности упражнений, объема и интенсивности нагрузок, адекватное чередование нагрузок и отдыха между упражнениями относят к:
(1) физиологическим принципам тренировки
(2) правилам поведения
(3) тактическим характеристикам
(4) техническим характеристикам
Ответ:_____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что такое сила:
(1) способность человека выполнить мышечное напряжение
(2) способность человека преодолевать или противодействовать внешнему сопротивлению
(3) выполнять действие посредством мышечных напряжений
(4) способность человека быстро бегать и прыгать
Ответ:_____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Охарактеризуйте метод динамических усилий развития силовых качеств:
(1) совершенствование скорости отягощенных движений, развитие быстрой силы
(2) совершенствование силовой выносливости и рельефа мышц
(3) совершенствование максимальной силы и статического напряжения
Ответ:_____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Физическое совершенство – это:
(1) исторический идеал физического развития и физической подготовленности человека, оптимально соответствующий требованиям жизни
(2) процесс физического воспитания, направленный на развитие физических способностей человека, основных качеств-силы, быстроты, ловкости, гибкости, выносливости
(3) врождённые качества, которые помогают двигаться человеку
Ответ:_____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Цикл спортивной подготовки это:
(1) цикл минимальной подготовки
(2) мезоцикл
(3) цикл максимальной подготовки
Ответ:_____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

При функциональных нарушениях сердечно-сосудистой и дыхательной систем целесообразно использовать физические упражнения:
(1) анаэробного характера
(2) аэробного характера
(3) аэробно-анаэробного характера
(4) аэробного, анаэробного и аэробно-анаэробного характера
Ответ:_____

26. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Что такое аутогенная тренировка?
(1) процесс освоения социально-культурного опыта, подготовка к самостоятельной жизни в обществе
(2) психорегулирующая тренировка;
(3) система приемов самовнушения, специальных средств релаксации, заимствованных из психогигиены, психологии и медицины;
(4) устные сообщения: отчеты, самоприказы, самооценки.

Ответ:_____

27. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Нагрузки для развития физических качеств целесообразно планировать в порядке:
(1) быстрота> сила> выносливость

(2) скоростные способности- силовые способности-упражнения циклического воздействия на организм
(3) сила> быстрота> выносливость
(4) выносливость> быстрота> сила
(5) быстрота> выносливость> сила

Ответ: _____

28. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Укажите основные направления адаптивного спорта:

(1) паралимпийское
(2) специальное Олимпийское движение
(3) всемирные игры глухих
(4) специальное Европейское движение

Ответ: _____

29. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Установите методическую последовательность обучения техническим приемам в баскетболе, волейболе и футболе:

(1) общее ознакомление с техническим приемом: объяснение и показ
(2) разучивание технического приема в условиях, близких к игровым
(3) закрепление технического приема, обусловленное тактической целесообразностью его применения в игровой обстановке
(4) разучивание технических приемов в упрощенных условиях

Ответ: _____

30. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

К массовым спортивным и физкультурно-оздоровительным мероприятиям относятся:

(1) соревнования и физкультурные мероприятия
(2) физкультурно-спортивные праздники
(3) массовые соревнования по отдельным видам спорта

Ответ:_____

31. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Укажите три принципа самостоятельного освоения двигательного действия в физической культуре и спорте

(1) От низкого к высокому;
(2) От известного к неизвестному;
(3) От простого к сложному;
(4) От ближнего к дальнему;
(5) От субъективного к объективному;

(6) От освоенного к неосвоенному

Ответ: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЭКОНОМИКА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. Микроэкономика

Форма рубежного контроля – контрольная работа в виде ответов на теоретические вопросы и решения практических задач.

Вопросы/задания рубежного контроля

Теоретические вопросы:

1. Система социальной защиты в условиях трансформации собственности в России.
2. Проблема редкости ресурсов в индустриальном и постиндустриальном обществе.
3. Юридическая и экономическая категория собственности.
4. Основные черты экономического содержания собственности.
5. Теория прав собственности. Трансакционные издержки.
6. Экономическая власть и экономическая зависимость.
7. Классификация и основные черты разных форм собственности.
8. Преобразование собственности: критерии эффективности пути и формы.
9. Особенности преобразования собственности в российской экономике.
10. Система социальной защиты в условиях трансформации собственности в России;
11. Проблема редкости ресурсов в индустриальном и постиндустриальном обществе.
12. Экономическая система: содержание, структура и критерии классификации.
13. Понятие спроса и его функция. Закон спроса.
14. Кривая спроса и ее особенности.
15. Предложение и его функция. Закон предложения.
16. Факторы изменения предложения. Цена предложения.
17. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.
18. Механизм установления равновесия. Рыночная динамика.
19. Свойства рыночного равновесия.
20. Государственное регулирование ценообразования.
21. Экономическая природа предложения фирмы.
22. Социально-экономические цели фирмы.
23. Предпринимательство и экономическая прибыль фирмы.

24. Современные организационные формы предпринимательства.

Примерные практические задачи:

Задача № 1. На рынке товара X функция спроса задана как Qd = 360 – 30P, а функция предложения задана как Qs = 20P– 40. Ответьте на несколько вопросов про рынок товара X. Чему равна равновесная цена?. Чему равен равновесный объем продаж? Чему равен излишек производителя (PS) в точке равновесия?

Задача № 2. На рынке некоторого товара функция спроса задана как Qd = 300 – 3P, а функция предложения задана как Qs = 2P– 50, где P – цена товара, Qd - величина спроса на него, а Qs - величина предложения. Рассчитайте равновесную цену, которая установится на этом рынке.

Задача № 3. В продолжение предыдущего вопроса. На рынке некоторого товара функция спроса задана как Qd = 300 – 3P, а функция предложения задана как Qs = 2P– 50, где P – цена товара, Qd - величина спроса на него, а Qs - величина предложения. Рассчитайте величину излишка производителя на этом рынке в ситуации .

Задача № 4. Когда говядина стоила 200 руб./кг. величина спроса на курятину составляла 1000 кг. в неделю. После того, как цена говядины выросла до 400 руб./кг. (при прочих равных условиях), величина спроса на курятину составила 3000 кг. в неделю. Рассчитайте величину перекрестной эластичности спроса на курятину по цене говядины по формуле точечной эластичности.

Раздел 2. Макроэкономика

Форма рубежного контроля – контрольная работа в виде ответов на теоретические вопросы и решения практических задач.

Вопросы/задания рубежного контроля

Теоретические вопросы:

1. Экономический цикл, его причины и фазы. Эволюция экономических циклов.
2. Безработица: причины, измерение, виды, социально – экономические последствия, специфика в современной России.
3. Инфляция: сущность, виды, причины и механизм. Последствия инфляции.
4. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Антиинфляционная политика.
5. Взаимосвязь экономического роста и экономического развития.
6. Источники экономического роста.
7. Факторная модель экономического роста.
8. Государственное регулирование экономического роста.
9. Цели и инструменты фискальной политики. Виды фискальной политики.
10. Воздействие инструментов фискальной политики на совокупный спрос.
11. Банковская система и ее структура.
12. КБ и их операции. Банковские резервы.
13. Банковский мультипликатор и расширение денежного предложения.
14. Сущность кредита и его основные формы и функции.
15. Цели и инструменты кредитно-денежной политики.

16. Передаточный механизм кредитно-денежной политики.

Примерные практические задачи:

Задача № 1. Факторы и показатели экономического роста

В таблице приведены данные о количестве труда и его производительности в течение трех лет:

Год	Количество труда (часы)	Производительность труда (ден.ед. в год)	Реальный объем ВНП (ден.ед.)
1	1000	100	100000
2	1000	105	105000
3	1100	105	115500

Определите:

а) реальный объем ВНП в каждом году;

б) на сколько процентов выросла производительность труда во втором году по сравнению с первым годом; на сколько процентов вследствие этого (количество труда на изменилось) увеличился реальный объем ВНП;

в) на сколько процентов выросло количество труда в третьем году по сравнению со вторым годом; на сколько процентов вследствие этого увеличился ВНП (производительность труда не изменилась).

К каким факторам экономического роста относятся увеличение количество труда и рост его производительности?

Задача № 2. Определение темпов экономического роста и фазы экономического цикла

Экономика двух стран описана следующими макроэкономическими показателями:

Показатели:	Страна А	Страна В
Реальный ВНП 2013 г	2600 млрд. ден.ед.	2400 млрд. ден.ед.
Номинальный ВНП 2014 г	2800 млрд. ден.ед.	2250 млрд. ден.ед.
Дефлятор ВНП 2014 г	1,3	0,9

Определите темп экономического роста и фазу экономического цикла для каждой страны.

Задача № 3. Уровень безработицы в текущем году составляет 2%, а естественный уровень безработицы составляет 5%. Если потенциальный ВВП равен 100 трлн. руб., а коэффициент Оукена равен 2, чему, согласно формуле Оукена, равен фактический ВВП? Введите ответ в трлн. руб.

Задача № 4. Расчёт фактических резервов банка, объёма его кредитов банка и изменения денежной массы

Депозиты банка составляют 350 тыс. долл. Обязательные резервы банка 70 тыс. долл. Избыточные резервы банка – 30 тыс. долл. Каковы фактические резервы банка? Какой объём кредитов банк уже выдал? Как изменится денежная масса, если банк полностью использует свои кредитные возможности?

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	*1–30*
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	*31-35*
Всего		35

Тестовые задания
Код контролируемой компетенции: УК-10

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Предметом дисциплины «Экономика» является:
А) Изучение безграничных потребностей
Б) Изучение ограниченных ресурсов
В) Экономические отношения в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ
Г) Оптимальное использование ограниченных ресурсов для удовлетворения безграничных потребностей.
Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Потребностями являются все за исключением потребности в ...
А) Деньгах
Б) Еде
В) Одежде
Г) Образовании
Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В стране Апельсиния существуют только частные компании, которые могут производить товары и услуги любым законным способом. В этой стране скорее всего ... экономика
А) рыночная
Б) командная

В) смешанная

Г) традиционная

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Необходимым признаком рыночной экономики является:

А) использование новых технологий

Б) отсутствие дефицита продуктов питания

В) высокое качество продукции

Г) свободное ценообразование

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Кривая спроса на товар - это кривая, каждая точка которой показывает количество...

А) товара, которое потребители имеют возможность купить при данной цене товара

Б) товара, которое потребители желают и готовы приобрести по данной цене

В) покупателей, которые готовы купить товар по соответствующей цене товара

Г) товара, которое удовлетворяет потребности покупателей при данной цене товара

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Рост цены дополняющего блага сдвигает кривую спроса ...

А) влево-вниз

Б) влево-вверх

В) вправо-вверх

Г) вправо-вниз

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Если рыночная цена ниже равновесной, то:

А) возникает дефицит товаров

Б) формируется рынок покупателя

В) падает цена ресурсов

Г) растет цена ресурсов

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Если спрос является абсолютно неэластичным, то рост предложения приведет к:

А) увеличению и равновесной цены, и равновесного количества

Б) сокращению и равновесной цены, и равновесного количества

В) сокращению равновесной цены при неизменном значении равновесного количества

Г) нет верного ответа

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Издержки, величина которых изменяется в зависимости от изменения объема производства, называются:

А) средними

Б) предельными

В) постоянными

Г) переменными

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Рыночная структура, при которой множество фирм конкурируют, продавая на рынке дифференцированный товар, называется:

А) монополия

Б) олигополия

В) совершенная конкуренция

Г) монополистическая конкуренция

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Картельное соглашение окажется нестабильным, если:

А) входящие в картель, достаточно «терпеливы»

Б) фирмы не в состоянии определить нарушителя

В) члены картеля имеют одинаковые издержки

Г) картель регулирует производство одного продукта

Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В рыночной экономике высокая заработная плата в основном зависит от:

А) узаконенного минимума заработной платы

Б) действий правительства

В) высокой производительности труда

Г) специальной ответственности руководителей предприятия

Ответ _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Предложение земли:

А) абсолютно неэластично

Б) абсолютно эластично

В) эластично

Г) неэластично

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Для расчета вклада фирмы в созданный ВВП, исчисленный производственным методом, необходимо из рыночной стоимости реализованной продукции вычесть:

А) все косвенные налоги

Б) нераспределенную прибыль

В) амортизацию

Г) объем покупок материалов у других фирм

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Изменение фактического объема выпуска отображает:

А) Деловой цикл

Б) Тренд ВВП

В) Инфляцию

Г) Среднегодовой темп экономического роста

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Основной причиной циклического характера развития экономики является:

А) Оптимизм и пессимизм инвесторов

Б) Несоответствие между совокупным спросом и предложением

В) Колебания денежной массы

Г) Научно-технические открытия и нововведения

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

По состоянию здоровья учитель переехал в другой город и из-за переезда не работал полтора месяца. Это должно быть учтено при исчислении:

А) сезонной безработицы

Б) циклической безработицы

В) фрикционной безработицы

Г) структурной безработицы

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Государственный бюджет становится дефицитным, если:

А) расходы бюджета преобладают над его постоянными доходами

Б) налоги сокращаются

В) растут расходы бюджета

Г) увеличивается уровень инфляции

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Увеличение ставок налогов является примером…

А) фискальной политики

Б) кредитно-бюджетной политики

В) монетарной политики

Г) денежно-финансовой политики

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Отметьте пункт, не характеризующий функцию Центрального банка:

А) эмиссия денег

Б) банк банков

В) денежно-кредитное регулирование

Г) проведение внешнеэкономической политики

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Период времени от начала одного оживления в экономике до начала другого оживления – это:

А) экономический цикл

Б) депрессия

В) стагнация

Г) инфляция

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Экономическая система, основанная на многообразии равноправных форм собственности на средства производства, в которой решения субъектами экономики принимаются самостоятельно, однако велико воздействие государства на характер и содержание принимаемых решений – это:

А) традиционная экономика

Б) рыночная экономика

В) смешанная экономика

Г) командно-административная экономика

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Расходы предпринимателя, зависящие от объема выпускаемой продукции (заработная плата наемных работников, занятых в производственном процессе, расходы на сырье, материалы, полуфабрикаты и т.п.) – это:

А) переменные издержки

Б) валовые издержки

В) постоянные издержки

Г) общие издержки

Ответ _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Денежная оценка всех произведенных конечных товаров и услуг в экономике за год – это:

А) валовой национальный продукт

Б) валовой внутренний продукт

В) национальный доход

Г) амортизация

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Совокупность взаимосвязанных и упорядоченных составных частей экономики – это:

А) экономическая система

Б) экономические блага

В) валовой внутренний продукт

Г) банковская система

Ответ _____

26. *Прочитайте текст и запишите ответ*

У человека, который имеет возможность получить работу с оплатой от 6 у.е. в час, альтернативные издержки одного часа досуга равны:

Ответ _____

27. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Фирма производит 500 единиц продукции. Средние переменные издержки (AVC) составляют 2 руб., средние постоянные издержки (AFC) - 0,5 руб. Общие издержки составят:
Ответ _____

28. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Если номинальная процентная ставка -12%, а темп инфляции - 6 % в год, то реальная процентная ставка (%):
Ответ _____

29. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Платой за какой ресурс является заработная плата:
Ответ _____

30. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Наиболее инфляционным методом покрытия бюджетного дефицита является:

Ответ: _____

Код контролируемой компетенции: УК-10

31. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Терроризм относится к:

А) государственным проблемам
Б) глобальным проблемам человечества
В) техногенным проблемам
Г) институциональным проблемам

Ответ _____

32. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Что может помочь в борьбе с терроризмом:

А) социально-экономическая стабильность
Б) разумная государственная политика
В) оба варианта верны
Г) нет верного ответа

Ответ _____

33. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

К последствиям коррупции относится:

А) финансовые потери, вызванные закупкой государственными органами товаров и услуг по завышенным ценам
Б) рост численности государственных служащих
В) снижение нормы амортизационных отчислений
Г) повышение средней температуры на планете

Ответ _____

34. *Прочитайте текст и запишите ответ.*

РФ сотрудничает в области противодействия коррупции с иностранными государствами на основе принципа:

Ответ _____

35. *Прочитайте текст и запишите ответ.*

Экономический фактор, влияющий на развитие терроризма в России

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СОЦИОЛОГИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел -1 «Теоретическая социология»**	Реферат	1. Научные течения в современной российской социологии 2. Основные социологические направления в России во второй половине XIX – начале XX в. 3. Преднаучный этап развития социологии в России. 4. Институционализация отечественной социологии после событий 1917г. 5. Американская социология 6. Объект и предмет социологии, ее соотношение с другими науками 7. Структура социологии. Теории среднего уровня в социологии 8. Функции социологии 9. Понятие «социальное» 10. Функции общества как системы 11. Коммуникация в социуме 12. Социальные институты в жизнедеятельности общества 13. Дисфункция социальных институтов 14. Понятие «социальная стратификация общества» 15. Концепция социальной мобильности общества 16. «Открытые» и «закрытые» типы обществ 17. Функции культурных ценностей 18. Социальная структура общества 19. Теории социального прогресса в социологии 20. Социальные движения и процессы 21. Процесс глобализации: сущность 22. Основные аспекты процесса глобализации 23. Глобальные проблемы: сущность, классификация 24. Революции и реформы: подходы к рассмотрению и анализу в социологии 25. Концепции классовой структуры общества 26. Социальный статус личности 27. Социальная роль личности 28. Соотношение понятий «индивид» и «личность». 29. Социологические концепции личности. 30. Интересы, потребности, ценности личности.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			31. Структура личности в социологии. 32. Процесс социализации в социологии 33. Понятия «социальная норма», «социальный контроль» 34. «Девиантное» и «делинквентное» поведение. 35. Программа социологического исследования: сущность, структура, функции 36. Роль теории в социологическом исследовании. 37. Операциональная и концептуальная модели в социологическом исследовании. 38. Сущность социологического опроса. 39. Типология методов сбора информации в социологии. 40. Система методов сбора информации в социологии. 41. Шкалирование как метод измерения социальных характеристик 42. Типология количественных методов сбора информации в социологии. 43. Система количественных методов сбора информации в социологии. 44. Триангулярный подход в социологии 45. Типология качественных методов сбора информации в социологии. 46. Система качественных методов сбора информации в социологии. 47. Триангулярный подход в социологии 48. Типология социологических методов сбора информации в социальной сфере. 49. Система социологических методов сбора информации в социальной сфере 50. Детерминанты развития социальной сферы: социологический аспект 51. Система эмпирических показателей социальной сферы 52. Компоненты социальной сферы..
2.	**Раздел -2 «Эмпирическая социология»**	Контрольная работа	1. Оценка потребительского спроса на предоставляемые образовательные услуги 2. Рынок образовательных услуг: тенденции и перспективы развития 3. Портрет потенциального потребителя услуг по страхованию жизни 4. Ресоциализация лиц с двигательными нарушениями средствами адаптивной физической культуры и спорта 5. Телевидение как социальный институт в социализации личности в современном обществе 6. Российские пенсионеры в трансформирующемся обществе: социальное положение и структурные характеристики группы 7. Трансформация социально-трудовых отношений на современных российских промышленных предприятиях

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			8. Интернет-реклама как социального института в современной России 9. Этническая толерантность студенческой молодежи г. Москвы 10. Трансформация института семьи и демографические процессы в современном российском обществе 11. Адаптация школьной молодежи к рынку труда в контексте социальных трансформаций современной России 12. Семейные ценности современной российской молодежи 13. Детская безнадзорность как социальная проблема современного российского общества 14. Межпоколенные отношения в современной российской семье 15. Наркотизация современной российской молодежи: дифференцированность наркотических практик 16. Нерегулируемая трудовая миграция в современной России 17. Пенсионное обеспечение пожилых граждан в условиях социальной модернизации России 18. Патронатная семья как институт социализации детей-сирот в современной России 19. Православное духовенство как социальная группа современного российского общества 20. Реклама семейного образа жизни в современном российском обществе 21. Образовательные приоритеты молодежи в современном российском обществе 22. Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи 23. Ценность здорового образа жизни студенческой молодежи в современном российском обществе 24. Общеобразовательная школа как агент социальной адаптации личности в современном российском обществе 25. Образовательные стратегии российской молодежи в современном российском обществе 26. Подростковая наркомания как форма девиантного поведения в современном российском обществе 27. Повседневная деятельность сельских работающих женщин 28. Профессиональная активность студенческой молодежи в условиях современного российского общества

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*1-25*
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-3

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Как называется исторически возникающее социальное явление, выражающееся в относительно распространенных, массовых формах человеческой деятельности, не соответствующих установленным и фактически сложившимся нормам?
1) девиантное поведение
2) инстинктивное поведение
3) дефективное поведение
4) аффективное поведение

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
Что является характерным для современного общества в развитых странах?
1) высокая социальная мобильность
2) низкая социальная мобильность
3) наличие каналов социальной мобильности
4) отсутствие социальной мобильности
5) системный характер социальной мобильности
6) наличие барьеров социальной мобильности
7) сетевой характер социальной мобильности
8) хаотичный характер социальной мобильности

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Для получения информации о эффективности деятельности команды социолог-исследователь на некоторое время устроился на работу в коммерческую организацию, выполнял свои обязанности в отделе продаж, наблюдая за деятельностью свои коллег и отношениями между ними. Как называется метод получения социологической информации, применённый этим исследователем?

1) метод интервью
2) метод анкетного опроса
3) метод включенного наблюдения
4) метод экспертного опроса

Ответ _____
Обоснование _____

4. *Прочитайте текст и установите соответствие между содержанием понятия и его термином: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.*

СОДЕРЖАНИЕ ТЕРМИНА	ПОНЯТИЕ
А) Целенаправленное систематическое воздействие на человека, формирование его поведения в соответствии с действующими нормативными моделями.	1) Социальная адаптация
Б) Процесс усвоения индивидом социальных норм, культурных ценностей и образцов поведения, общепринятых большинством членов общества, к которому индивид принадлежит.	2) Социализация
В) Процесс активного приспособления индивида к условиям социальной среды; вид взаимодействия личности с социальной средой.	3) Воспитание
Г) Исторически сложившаяся упорядоченная система деятельности общества, людей или социальных отношений, где установлена иерархическая субординация и есть определенная структура.	4) Социальная организация

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

5. *Прочитайте текст и установите последовательность.*

Методический раздел в любом социологическом исследовании является обязательным элементом структуры программы (исследовательского проекта). В нем осуществляется научно-обоснованный переход от теоретического осмысления проблемы исследования, объекта и предмета к непосредственному эмпирическому измерению состояния проблемы исследования, ее эмпирического объекта и предмета, а также измерению тех социальных изменений, которые привнесла данная проблема в

жизнедеятельность эмпирического объекта. Для этого Вам необходимо выполнить определенную последовательность действий:

1) Разработать исследовательский инструментарий, который соответствует выбранном методы сбора первичной информации.
2) Обработать полученные данные с использованием компьютерных программ.
3) Выбрать метод сбора первичной информации (опрос, наблюдение, социометрия, контент-анализ).
4) Осуществить «выход в поле» для оперативного получения информации.
5) Подготовить материалы исследования для проведения пилотажного исследования с целью проверки качественных характеристик исследовательского инструментария и деятельности технического персонала.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Впервые в социологическую науку понятие «социальное действие» было введено немецким социологом Максом Вебером. Он определял социальное действие как «действие человека, которое по предполагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действиями других людей или ориентируется на них». Исходя из этого определения, действие индивида можно назвать социальным в том случае, если оно обладает двумя характеристиками: 1) осознанностью и 2) ориентацией на поведение другого. Перечисляя все возможные виды социального действия, М. Вебер выделяет четыре основных вида: целерациональное, ценностно-рациональное, традиционное и аффективное действие. Какой из видов социального действия по мнению М. Вебера является «идеальным типом»?

1) Аффективное
2) Ценностно-рациональное
3) Целерациональное
4) Традиционное

Ответ _____
Обоснование _____

7. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Процесс формирования личности включает в себя целенаправленное систематическое воздействие на человека, формирование его поведения в соответствии с действующими нормативными моделями и спонтанное освоение индивидами в течение всей жизни социальных норм, культурных ценностей, образцов поведения, позволяющих ему функционировать в данном обществе. Это двусторонний процесс состоит, с одной стороны, в передаче обществом социально-исторического опыта, а с другой – в усвоении индивидом символов и ценностей, в переходе внешних процессов общественной жизни во внутренние процессы сознания. Как называется этот процесс?

1) Приспособление
2) Интериоризация
3) Интеграция в социальную структуру
4) Социальная манипуляция
5) Социализация

Ответ _____
Обоснование _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Для проведения опроса работников предприятия об удовлетворенности условиями труда социологами была сформирована группа из числа работников этого предприятия. Именно этим людям социологи задавали вопросы. Кто для исследователей люди изучаемой группы?

1) Экспериментальная группа
2) Подопытные
3) Респонденты
4) Свидетели

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
Культурные нормы и ценности, которые люди принимают в силу их прошлой полезности, привычки, которые могут быть переданы другим поколениям, сохраняясь в течение длительного времени, — это:

1) традиции
2) недвижимость
3) инновации
4) культурные заимствования
5) обычаи
6) эталоны для подражания

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Социологическое исследование, основной целью которого является проверка, апробация методики, называется:

1) Экспериментальным
2) Сравнительным
3) Пилотажным
4) Теоретическим

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*
Причиной межролевых конфликтов не является:

1) несовместимость между ролями в конкретной ситуации
2) выполнение несколько социальных ролей
3) различные требованиями к выполнению одной и той же роли
4) несогласие окружающих со способом выполнения роли
5) личность находится в пограничной, маргинальной ситуации
6) наличие нескольких социальных статусов

Ответ _____

12. *Прочитайте текст и установите последовательность.*

Внутреннее превращение команды из формального объединения в реальный, дееспособный коллектив начинается прежде всего с развития групповой сплоченности. Только при ее наличии формальная рабочая единица или обычная социальная группа может стать командой. Процесс становления команды проходят ряд стадий. Выделите последовательные стадии формирования команды:

1) Социальная интеграция группы, формирование групповой сплоченности.
2) Знакомство и распределение ролей между членами команды.
3) Деловая интеграция.
4) Принятие членами группы друг друга.
5) Расширение и интенсификация коммуникаций, выработка групповых норм и механизма принятия коллективных решений.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Социальная идентификация представляет собой:

1) процесс социализации
2) процесс отождествления с определенной статусной группой и одновременно дистанцирования от других
3) процесс социальной адаптации
4) процесс социальной интеграции

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Как называется структура, которая представляет собой социальную форму профессионального разделения труда?

1) социально-профессиональная структура
2) социально-возрастная структура
3) социально-демографическая структура
4) социально-классовая структура

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Вид опроса, предполагающий наличие человека, который задает вопросы, организует процедуру беседы и фиксирует полученные ответы, называется:

1) Контент-анализ
2) Анкетирование
3) Включенное наблюдение
4) Интервью

Ответ _____

Обоснование _____

16. *Прочитайте текст и установите соответствие между содержанием компетентности и ее видом: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.*

СОДЕРЖАНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ	ВИД КОМПЕТЕНТНОСТИ
А) Способность к системному мышлению, правильному восприятию и интерпретации разнообразной информации, структурированию проблем, различению главного от второстепенного, выделению приоритетов, видению целого – общего состояния дел	1) Профессиональная компетентность
Б) Способность выстраивать коммуникацию между людьми в процессе трудовой деятельности, умение работать в команде, коллективе, эффективно взаимодействовать с другими сотрудниками: коллегами, руководителями, подчиненными для достижения поставленных целей.	2) Социальная компетентность
В) Способность адекватно воспринимать, рационально планировать, распределять и использовать время для достижения организационных и личных целей	3) Методическая компетентность
Г) Знание сотрудником специфики той сферы деятельности, в которой он работает, подготовленность к выполнению должностных обязанностей или профессиональных функций, связанных со специальностью.	4) Временная компетентность

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

В связи с резкими переменами в жизни общества может начаться процесс усвоения личностью новых знаний, ценностей, ролей, навыков, правил поведения вместо прежних. Как называется данный процесс?

1) социализация
2) десоциализация
3) девиация
4) ресоциализация

Ответ _____

Обоснование _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Как называется мини-модель генеральной совокупности, разработанная для проведения социологического исследования по специально отобранным характеристикам?

1) выборка
2) программа исследования
3) рабочий план исследования
4) единица анализа

Ответ _____

19. *Прочитайте текст и установите последовательность.*

В жизненном цикле института как социальной организации выделяют несколько стадий (или фаз), которые качественно отличаются друг от друга:

1) дезорганизация/реорганизация
2) сотрудничество
3) формализация (бюрократизация)
4) зарождение
5) адаптация
6) упорядоченное развитие
7) рассогласование

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, подчинённых единой цели – получить объективные данные об изучаемом социальном явлении, – это:

1) социологическая теория
2) социальная работа
3) социологическое исследование
4) социальная динамика
5) социальное обследование

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Какой метод применяется в социологическом исследовании структуры межличностных отношений в малых группах путём изучения выборов, сделанных членами группы по тому или иному критерию?

1) анализ документов
2) контент-анализ
3) социометрический опрос
4) социальный эксперимент

Ответ _____

Обоснование _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Как называется внутреннее напряжение многих людей при отсутствии способов его снятия, беспорядочная и некоординированная деятельность, эмоциональное заражение людей при разрушении заведённого жизненного уклада (протест, революция, волнения, конфликты), кризисное состояние развития общества?

1) социальное взаимодействие
2) социальное беспокойство
3) социальная паника
4) социальная связь

Ответ _____

23. *Прочитайте текст и установите соответствие между отличительными особенностями команд и их видами: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.*

Команды, которые существуют в современных организациях, очень разнообразны, все они в большей или меньшей степени обладают главным признаком командной деятельности – являются объединением людей в целях решения тех задач, которые невозможно или неэффективно решать в одиночку. Среди множества реальных команд можно выделить по меньшей мере четыре наиболее распространенных вида:

ОСОБЕННОСТИ КОМАНД	ВИДЫ КОМАНД
А) Небольшие по численности функциональные подразделения регулярной организационной структуры (примерно от трех до десяти человек), которые постоянно работают вместе и которым передано под их собственную коллективную ответственность изготовление конечного продукта или услуги	1) Команды по подготовке рекомендаций: кружки качества, аудиторские группы
Б) Небольшие по численности функциональные подразделения, состоящие из экспертов-специалистов и представителей руководящего состава, которые подпираются для решения конкретного круга проблем в соответствии с их профессиональной компетентностью	2) Проектные группы
В) Высоко сплоченная группа сотрудников-единомышленников, имеющая опыт сотрудничества и стремящаяся к реализации общей цели организации	3) Автономные самоуправляющиеся группы
Г) Группа сотрудников на добровольной основе для решения практических задач, разработки предложений, представляемых руководству	4) Управленческие команды

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Различного рода социальные феномены, обеспечивающие социальный контакт между агентами социализации (язык, ценности и нормы, навыки и умения, социальный статус, социальная роль социализации) являются _____ социализации.

1) нормами
2) законами
3) средствами
4) объектами

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Социальные _____ – правила, выражающие требования общества, социальной группы к поведению личности, группы во взаимоотношениях друг с другом, обществом в целом; регулируют поведение, устанавливают границы, условия, формы поведения, цели и способы их достижения; дают полные модели, эталоны должного.

1) нормы
2) законы
3) условия
4) закономерности

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ: ОСНОВА РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	**Раздел 1.** Традиционные ценности как основа жизни российского общества	Устный опрос	1. Согласны ли вы с утверждением немецкого философа Георга Вильгельма Фридриха Гегеля о том, что желающие понять смысл явления, должны изучать его историю? Поясните свой ответ. 2. Что принято подразумевать под понятием «нравственный идеал»? 3. Приведите пример «сопряженности» нравственного идеала не с отдельной личностью, а с обществом. Поясните. 4. Какая добродетель, по Платону, объединяет людей? Как философ аргументирует свое утверждение? 5. Что или кто определяет социальный статус человека, согласно древней традиции? Почему в обществе присутствует неравенство? 6. В чем суть идеи Аристотеля о природном нравственном неравенстве людей? 7. Что обозначают термином «эвдемонизм»? 8. Чем отличается средневековый идеал высоконравственного человека от идеала Древности? 9. Чем отличается понимание средневековым человеком достоинства от его понимания древним? 10. Что нового в понимание нравственности привнесло Новое время? 11. Что такое утилитаризм? 12. Как «человек труда» стал новым нравственным идеалом в Новое время? 13. Какие три образа состояния «идеального общества» выделил Герт Хофстеде? Охарактеризуйте их с точки зрения нравственной составляющей. 14. В чем суть принципа индивидуализма? 15. Как можно охарактеризовать принцип коллективизма? 16. Какие элементы входят в сферу нравственного? 17. Что такое нравственность? Какого происхождение этого термина в русском языке? 18. Каков современный смысл понятия «этика»? 19. Что такое ригоризм? 20. Как реализуется индивидуалистический идеал общественных отношений в настоящее время? Поясните на примерах.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
2.	**Раздел 2.** Основные ценности	Устный опрос	1. Что такое единство? Какую роль оно играет в жизни человека и общества, на ваш взгляд? 2. Какие ответы давало человечество на вопрос об источнике сочувствия, сопереживания, ответственности за жизнь тех, кто слабее? 3. Что такое пантеизм? Какие вы знаете примеры пантеистических учений? Как они отвечают на вопрос об источнике единства? 4. Каков источник единого, по Платону? Что по этому поводу говорил Аристотель? 5. Проиллюстрируйте примерами высказывание лектора о том, что иногда «единство становилось единственным средством спасения». 6. В чем суть христианской идеи соборности? 7. В чем суть нашего государственного праздника — Дня народного единства? 8. Какие исторические примеры единства нашего народа вы можете привести? 9. Какую роль играли российско-советские писатели в годы войны в деле объединения народа? Приведите примеры и из лекции, и из других источников. 10. Приведите примеры, когда художественные фильмы, театральные постановки помогали и помогают обретению единства? 11. Почему самую известную фотографию Евгения Халдея, на которой изображены советские солдаты, устанавливающие знамя Победы над Рейхстагом, можно назвать не только символом Победы, но и символом Единства? 12. В каких отечественных литературных произведениях (рассказах, повестях, поэмах, стихах), на ваш взгляд, наиболее отчетливо звучит тема единства? 13. Каковы внешние и внутренние угрозы единству нашего народа? 14. Какие могут быть механизмы защиты (как у государства, так и у гражданского общества) от этих угроз? 15. Как, на ваш взгляд, можно решать противоречия, возникающие в процессе развития нашего общества? Приведите примеры успешного разрешения подобных противоречий и восстановления гармонии. 16. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими различные ОВЗ и инвалидность.
3.	**Раздел 3.** Гражданская идентичность и служение Отечеству	Устный опрос	1. Раскройте понятие «гражданская идентичность». 2. Как древнегреческий философ Платон мыслит справедливое устройство государства? Как, с его точки зрения, должно относиться часть к целому? Поясните свой ответ примерами 3. Что значит используемый Томасом Гоббсом фразеологизм «Мы стоим на плечах гигантов»? 4. Какие два концепта которые доминируют в совре-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			менной политике государственного строительства? 5. Охарактеризуйте концепт этнической нации. Что значит совпадение этно́нима и полито́нима? 6. Дайте характеристику концепту гражданской нации. Что такое полиэтничность? 7. Каков смысл понятия «мультикультурализм»? Почему он часто приводит не к интеграции, а к изоляции? 8. Что такое космополитизм? Какие негативные его последствия можете указать? 9. В чем заключается суть современной стратегии национальной политики Российского государства? 10. Какую роль на современном этапе играют СМИ (как государственные, так и негосударственные) в деле самоорганизации граждан и демонстрации образцов гражданской ответственности высочайшего уровня. Приведите примеры такой работы 11. Почему именно Специальная Военная Операция стала одним из самых действенных механизмов формирования гражданской идентичности? 12. Приведите примеры деятельности волонтеров как в мирное, так и в военное время 13. Какую роль играет семья в деле гражданской самоидентификации своих детей? 14. Что такое волонтерство? Какие вы знаете формы волонтерского движения? Кто-нибудь является волонтером сейчас? Расскажите о своей деятельности. 15. Какие задачи, на ваш взгляд, должна ставить перед собой система образования, чтобы процесс гражданской идентификации шел активнее?
4.	**Раздел 4.** Основные угрозы традиционным ценностям. Механизмы их сохранения	Устный опрос	1. Какие основные субъекты угроз нашим традиционным ценностям в Указе Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»? 2. Что принято называть экстремизмом и к каким последствиям может приводить экстремистская деятельность? 3. Чем опасна религиозная организация «Свидетели Иеговы»? 4. Что из себя представляет экстремистская молодежная организация «АУЕ»? 5. Что такое санкции? Что знаете о современных западных санкциях против России? 6. Как известные философы и историки объясняют такое отношение Запада к России? 7. В чем суть доктрины Ву́лфовица? 8. Почему деятельность СМИ может быть опасна? 9. Как политика государства по отношению к культуре влияет на усиление или ослабление национальной

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			безопасности? 10. На ваш взгляд, почему «внимание к укреплению традиционных ценностей неизбежно ослабляется в условиях социального и политического хаоса»? 11. Что такое «фейк»? Какую роль он играет в информационной войне? 12. Какую угрозу представляют ТНК (транснациональные корпорации) для традиционных ценностей? 13. Каковы основные этапы, по мнению российских ученых, замены системы базовых ценностей государства-мишени ценностями государства-инициатора как самыми перспективными? 14. В качестве субъекта угроз традиционным ценностям в Указе Президента отмечены «некоторые организации и лица на территории России». О ком мы должны вести речь в этом случае? 15. В 2022 г. Нобелевская премия мира присуждена обществу «Мемориал». Что это за организация? Почему еще в 2016 году Минюст РФ внес его в список иноагентов?

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1- 25
УК -9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	26-30
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-5

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Что является незыблемым фундаментом для России как цивилизации?

1. Универсальные моральные нормы
2. Ценности
3. Политические партнеры
4. Личные интересы отдельных людей

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

На какой главный вопрос отвечают все религии?

1. Проблему смысла жизни
2. Проблему научного прогресса
3. Проблему экономического развития
4. Проблему политической власти

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что представляет собой социальная инженерия?

1. Изменение политических систем через выборы
2. Внедрение новых телевизионных программ
3. Улучшение условий жизни через строительство дорог
4. Изменение социальных систем с использованием технологий

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Механизмом ретрансляции каких ценностных установок является искусство?

1. Богатство, слава, власть
2. Достоинство, справедливость, милосердие, патриотизм
3. Удовольствие, отдых, комфорт
4. Наука, технологии, прогресс

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

На что должна опираться оптимальная модель жизни России?

1. На современные научные достижения
2. На идеи коммунизма
3. На традиции истории и культуры, опыт лучших представителей
4. На развитие экономики и технологий

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какое из данных определений описывает нравственность?

1. Способ достижения личных целей.
2. Деятельность человека, осознанно выбирающего и использующего нормы поведения, принятые в обществе.
3. Система правил, регулирующая поведение животных.
4. Личные убеждения и предпочтения человека.

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Что изучает этика?
   1. Философию языка.
   2. Законы и нормы государства.
   3. Мораль и нравственность.
   4. Поведение животных в природе.

   Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Какие ценности продвигались через произведения искусства, такое как повесть «Тимур и его команда»?
   1. Дружба, взаимопомощь, мужество и ответственность
   2. Любовь к родителям
   3. Защита экологии
   4. Индивидуализм и карьерный рост

   Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Что такое гражданская идентичность?
   1. Осознание гражданином причастности к жизни своего государства.
   2. Ощущение принадлежности к этнической группе.
   3. Право на свободное передвижение по стране.
   4. Выполнение религиозных обязанностей.

   Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Что должна делать система образования для усиления гражданской идентичности?
    1. Воспитывать социально активных, ответственных граждан.
    2. Обучать только академическим знаниям.
    3. Преподавать этнические традиции отдельных народов.
    4. Сосредоточиться на подготовке специалистов.

    Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Какой праздник символизирует идею единства в России?
    1. День России
    2. День Конституции
    3. День Победы
    4. День народного единства

    Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Что понимается под "дружбой народов" в контексте российской идентичности?
    1. Гармоничное сосуществование различных этносов на основе общих культурных ценностей.

2. Сохранение культурной изоляции разных этносов.
3. Превосходство одного этноса над другими.
4. Полное уничтожение культурного разнообразия.

Ответ _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какое новое понятие героев появилось с приходом христианства на Русь?

1. Богатыри
2. Герои-мастера
3. Святые
4. Дворяне

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Кто из перечисленных не является примером героя-воина?

1. Илья Муромец
2. Александр Суворов
3. Юрий Гагарин
4. Георгий Жуков

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В чем отличие между понятиями "служение" и "служба"?

1. Служение — это работа на пользу чего-то высокого, не предполагающая обязательности
2. Служение — это строгое выполнение должностных обязанностей
3. Служба — это более духовное понятие, чем служение
4. Служение и служба — это одно и то же

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какое значение в ценностном коде России придается патриотизму?

1. Патриотизм — это основа объединения нации и ключевой элемент служения Отечеству
2. Патриотизм важен только для защиты страны в военное время
3. Патриотизм не имеет значения для современной молодежи
4. Патриотизм важен только для государственных служащих

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что подразумевает термин «идеократия»?

1. Система правления на основе научных знаний
2. Система власти, основанная на единой идеологии
3. Демократическая система правления
4. Система народного управления

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Что описывает философская концепция "золотой середины" Аристотеля?
    1. Баланс между крайностями в человеческом поведении
    2. Главенство одной добродетели
    3. Преобладание силы воли
    4. Полное подчинение законам природы

    Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Какая ценность является абсолютной для нашей цивилизации?
    1. Жизнь
    2. Деньги
    3. Власть
    4. Красота

    Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    В чем суть экстремистской идеологии?
    1. Продвижение инноваций в науке
    2. Борьба за экологию и природу
    3. Нарушение прав и свобод граждан и общепринятых норм общественных отношений
    4. Защита прав человека и демократии

    Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
    Какое значение имеет слово "правда" в контексте русской культуры?
    1. Нравственно-ценная истина
    2. Объективная реальность
    3. Философская концепция
    4. Социальный закон

    Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный ответ. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*
    «Если говорить об одной части этого словосочетания, об «идентичности», то его содержательная наполненность включает в себя выраженную в концентрированном виде принадлежность человека к той или иной общности людей, воплощение в нем присущих этой общности характерных черт и свойств. Чувство принадлежности — это вполне естественное чувство, ведь человек социальное существо. Человеком не рождаются, а становятся в результате социализации, общения с другими людьми. Что касается второй части понятия – «гражданская», то будем опираться здесь на содержание понятия «гражданин». Согласно словарной медиане, то есть, усредненному определению, гражданин - это человек, принадлежащий к постоянному населению того или иного государства, наделённый совокупностью прав и обязанностей.

Таким образом, когда мы говорим о «гражданской идентичности», речь идет об осознаваемой гражданином причастности к жизнедеятельности своего государства, восприятие его атрибутики – языка, истории, культуры – как своей собственной. Тут следует отметить, что гармоничное и развитое государство, которое дает возможность полноценной реализации каждому из своих граждан – один из традиционных идеалов общественного устройства. С другой стороны, существует идеал гражданина, который является ключевым элементом определения эффективности государства»

Что означает понятие «гражданская идентичность», согласно тексту?

1. Принадлежность человека к любой социальной группе без связи с государством
2. Осознанное восприятие гражданином своей связи с государством и его атрибутикой
3. Способность человека самостоятельно принимать законы и управлять государством
4. Чувство принадлежности к международному сообществу без связи с конкретной страной

Ответ _____

Обоснование _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный ответ. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

«Искусство не просто хранит образы давно забытых дней и лиц, но является уникальным механизмом ретрансляции тех ценностных установок, которые и направляют жизнь человека нашей цивилизации, сохраняя ее своей силой (силой и правдой) – силой и правдой достоинства, справедливости, милосердия, взаимопомощи, ответственности, патриотизма, исторической памяти. Кажется, только вчера, на уроке литературы мы заучивали наизусть слова Павки Корчагина – главного героя романа Николая Островского «Как закалялась сталь», писателя, прожившего всего 32 года, 9 из которых он был прикован к постели болезнью.

Вот эти слова: «Самое дорогое у человека — это жизнь. Она даётся ему один раз, и прожить её надо так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы, чтобы не жёг позор за подленькое и мелочное прошлое, чтобы, умирая, смог сказать: вся жизнь и все силы были отданы самому прекрасному в мире — борьбе за освобождение человечества. И надо спешить жить. Ведь нелепая болезнь или какая-либо трагическая случайность могут прервать её»»

Какую роль играет искусство в жизни человека, согласно тексту?

1. Искусство существует только для сохранения старинных картин и скульптур
2. Искусство сохраняет образы прошлого, но не имеет влияния на современные ценности
3. Искусство является механизмом, передающим важные ценности, такие как достоинство, справедливость, милосердие
4. Искусство служит только для развлечения и отвлечения от повседневных проблем

Ответ _____

Обоснование _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный ответ. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

«Конечно, служение Отечеству может быть представлено как патриотизм в действии. Именно поэтому служение Отечеству – величайшая ценность русской национальной культуры. Вот почему патриотизм как явление российской национальной духовности в настоящее время, когда Россия, образно говоря, «собирает камни» своей истории, актуален для российской действительности не в меньшей степени, чем много столетий назад.

Служение Отечеству и ответственность за его судьбу самой историей России возведены в разряд священного долга каждого гражданина страны.

Мы чтим подвиги Александра Невского и Дмитрия Донского, героев Полтавской битвы под руководством Петра Великого и чудо-богатырей Суворова, штурмовавших Измаил, прославивших Отечество в войнах с турками и в альпийском походе, мы помним и всех тех, кто сражался за Отечество в 1812-ом.

Мы с благодарностью вспоминаем героические подвиги воинов, тружеников тыла, склоняем головы перед светлым образом тех, кто отдал жизнь за Отчизну в годы Великой Отечественной войны, кто защищает наше Отечество в специальной военной операции против нового наступления фашизма. Герои Великой Отечественной войны, завоевавшие Победу, совершили подвиги, которые по праву называют бессмертными. мужество, отвага этих людей вдохновляют и сегодняшних воинов и будущих защитников Отечества на честное служение Родине в современных совсем непростых условиях жёсткой борьбы с теми, кто недавно казался союзниками и друзьями, добрыми соседями и даже братьями»

Какой смысл придается служению Отечеству в российской культуре, согласно тексту?

1. Служение Отечеству рассматривается как временное обязательство
2. Служение Отечеству не является важной ценностью российской культуры
3. Служение Отечеству возведено в ранг священного долга каждого гражданина
4. Служение Отечеству важно только для прошлых поколений, но не для современного общества

Ответ _____

Обоснование _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный ответ. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

«Семья, жизнь которой и является тем социальным пространством, в котором изначально формируются ценностные установки человека, определяется вектор его духовного развития, устанавливаются нравственные эталоны и образцы поведения.

Семья, особенно расширенная, включающая в себя несколько поколений, является своеобразной первичной средой формирования гражданской идентичности, приобщающей человека к жизни в социуме, к его приоритетам в ценностном отношении.

Именно здесь происходит первичное генерирование представлений о том, что такое Отечество: о малой и большой Родине, об их исторической взаимосвязи, о том отношении, которое испытывали предки к ним. Тем самым задаются ориентиры про-

цессу гражданской самоидентификации детей – будущих полноправных граждан России.

В современных условиях воспитательную функцию семья делит с системой образования, и это становится зоной ответственности для обеих сторон»

Какую роль играет семья в формировании гражданской идентичности человека согласно тексту?

1. Семья не влияет на формирование гражданской идентичности, этим занимается только система образования
2. Семья является первичной средой, где закладываются ценности и основы гражданской идентичности
3. Гражданская идентичность формируется исключительно в зрелом возрасте через взаимодействие с обществом
4. Семья отвечает только за материальное обеспечение и не участвует в воспитании гражданской идентичности

Ответ _____

Обоснование _____

Код контролируемой компетенции: УК-9

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какое утверждение точно описывает концепцию биоэтики, упомянутую в лекциях?

1. Биоэтика изучает исключительно медицинские вопросы
2. Биоэтика изучает моральные и этические вопросы, связанные с биологией и медициной
3. Биоэтика отвергает социальные аспекты
4. Биоэтика занимается только генетикой

Ответ _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какую роль в российской истории играло милосердие?

1. Оно было важным элементом государственной политики и личной благотворительности.
2. Милосердие всегда было формальной обязанностью граждан.
3. Милосердие применялось только в религиозных контекстах.
4. Милосердие не было частью российского общества до XX века.

Ответ _____

28. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какую роль играет социализация в жизни человека?

1. Она учит человека быть инстинктивным существом
2. Она интегрирует индивида в социальную систему через освоение норм и правил.
3. Она помогает человеку избегать контактов с обществом.
4. Социализация не влияет на формирование личности.

Ответ _____

29. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что такое милосердие?

1. Сострадательное отношение и бескорыстная помощь нуждающимся.
2. Способ избавления от грехов.
3. Формальное выполнение религиозных заповедей.
4. Эмоциональная реакция на беды других.

Ответ _____

30. *Прочитайте текст, выберите правильный ответ. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

«Мы рассмотрели милосердие с позиции различных религий, которые исповедуют народы нашей страны. А значит, найдя близкие по смыслу объяснения той или иной нравственной ценности, мы сможем приблизиться к пониманию уникального исторического феномена – нашей цивилизации, ценностная парадигма которой, развиваясь, стала охранительным ее кодом. Именно этот код позволяет из века в век выдерживать самые серьезные потрясения как внешнего, так и внутреннего характера.

Этот нравственный код в его наиболее общем значении был представлен Президентом Российской Федерации в его Указе «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

И, конечно, в перечне нравственных ценностей, как тех ориентиров, которые формируют мировоззрение граждан России наряду с жизнью, достоинством, справедливостью патриотизмом, крепкой семьей, созидательным трудом свое законное место заняли милосердие и гуманизм».

Какую роль играет милосердие в ценностной парадигме российской цивилизации, согласно тексту?

1. Милосердие не является частью ценностной системы России
2. Милосердие рассматривается как личная добродетель, не влияющая на общество
3. Милосердие включено в перечень традиционных ценностей, укрепляющих российскую цивилизацию
4. Милосердие важно только для отдельных религиозных групп и не касается государственной политики

Ответ _____

Обоснование _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСТОРИЯ РЕЛИГИЙ РОССИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
1.	**Раздел 1** Религия как общественный феномен. Традиционные религии в России и мире: проблемы и решения	Устный опрос	1. Какие религии, согласно Указу Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» «оказали значительное влияние на формирование традиционных ценностей, общих для верующих и неверующих граждан»? (процитируйте п.6 Указа Президента) 2. Дайте несколько определений религии, исходя из разных подходов…? Какова этимология этого слова? 3. Что такое «сакральное»? Что может быть т.н. носителем сакрального? 4. Что в научной литературе принято называть «профанным»? Каковы способы взаимодействия профанного с сакральным? Приведите примеры. 5. Что такое вера? Какую роль играет вера в жизни человека? Можно ли говорить о вере как способе получения знания? Приведите примеры. 6. Тождественно ли понятие «вера» понятию «религиозная вера»? Приведите примеры религиозной веры (исторические, личные). 7. Дайте определение понятия «культ». Приведите примеры различных культов. Какие общие содержательные элементы культов выделяют ученые? 8. Продолжите предложение: «пантеизм – это…» Приведите пример религиозной системы, которую мы можем назвать пантеистической. Свой ответ обоснуйте. 9. Продолжите предложение: «монотеизм – это…» Приведите пример религиозной системы, которую мы можем назвать монотеистической. Свой ответ обоснуйте. 10. Продолжите предложение: «политеизм – это…» Приведите пример религиозной системы, которую мы можем назвать политеистической. Свой ответ

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			обоснуйте. 11. Что такое атеизм? Это вера или неверие? Свой ответ аргументируйте. 12. Какие вы знаете ранние формы религии? Приведите примеры. 13. Почему иудаизм, христианство и ислам ученые называют авраамическими религиями? 14. Что в иудейской и христианской традициях принято называть «Заветом»? 15. Каждая из авраамических религий имеет развитую теологию. Что такое теология? 16. Каково наименование священных книг иудаизма, христианства, ислама? 17. Поясните слова автора Социальная и религиозная история евреев Барона Сала У.: «Для евреев, как для народа в целом, религиозно-культурное наследие является особенно важным по той причине, что на протяжении долгого времени они были лишены других основополагающих элементов коллективного существования – территории, государственности, языка». 18. Какие исторические события стали причиной «рассеивания» евреев по всему миру? 19. Какую роль играют синагоги в жизни современных евреев? 20. Кто такой раввин? Какую функцию он исполняет в еврейской общине? Какими качествами должны обладать раввины? 21. Что в иудаизме принято называть Десятью Речениями? Перечислите их. 22. Какова основная обязанность еврейского народа после получения Торы? 23. Какое количество заповедей в иудаизме? Каковы их виды? 24. Поясните слова одного из известных ученых: «нравственный идеал еврейского народа созвучен тем нравственным ориентирам, которые являются значимой частью ценностного кода нашей цивилизации». 25. Каков смысл слова «мессия»? Поясните утверждение: «Именно в “контексте мистико-мессианистских движений иудаизма” и возникает христианство». 26. Как христианами мыслится и чувствуется Бог? Что такое ипостась? Назовите ипостаси Бога? 27. Поясните: «для христиан Иисус Христос – Бог Воплотившийся»? 28. В чем суть «искупительной жертвы Иисуса Христа»? 29. В чем суть христианского догмата о Пресвятой Троице? Поясните слова богослова, православного священника Павла Флоренского, который называл

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			догмат о Святой Троице «крестом для человеческой мысли». 30. Что такое Библия? Какова ее структура? Какую роль играют Евангелия для христиан? 31. Кто такие апостолы? Какова их роль в христианской жизни? 32. Что такое заповедь? Какую роль заповеди играют в жизни христиан? (см. словари) 33. Каково содержание Заповеди любви, которую провозглашает Иисус Христос? (см. Евангелие от Матфея - Мф. 22:37–39) 34. Какова же основа христианского нравственного идеала? (исходя из Заповеди Иисуса Христа) 35. Что такое «Церковь»? Кто ее возглавляет? Какую роль она играет для верующих христиан? 36. Что такое таинство? Назовите 7 христианских таинств с объяснениями 37. Какое событие принято называть Великой Схизмой? Каковы ее причины? Каковы последствия? 38. Каковы основные организационные и догматические разногласия между католиками и православными? 39. Что такое протестантизм? Каковы основные причины его появления? Когда начинают формироваться протестантские Церкви? Какие вы знаете наиболее крупные протестантские Церкви? 40. Почему ученые ислам относят к авраамическим религиям? Почему ислам называем монотеистической религией? Вспомните, что такое монотеизм? 41. Что такое Коран? Какова его особенность? Какова его структура? 42. Что такое басмала? Какую роль она играет в жизни мусульманина? 43. Что знаете о Каабе? 44. Каково число мусульман в мире? В каких странах ислам является государственной религией? 45. В каких регионах России большинство жителей исповедуют ислам (перечислите эти 7 субъектов Федерации)? 46. Где и когда возник ислам? 47. Что такое Сунна? Хадисы? 48. Что знаете о жизни пророка Мухаммада? Почему он – самый почитаемый человек (для мусульман)? 49. Какие города в Саудовской Аравии считаются священными для мусульман? Почему? 50. Что такое има́н? Перечислите с пояснениями шесть основ веры 51. Перечислите пять столпов ислама 52. Как мусульмане относятся к священными книгами иудеев и христиан? 53. Поясните слова известного исламского богослова

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			и проповедника, имама-хатиба московской Мемориальной мечети Шамиля Аляутдинова: «Мусульмане всегда старались и стараются быть аулия́ пред Всевышним, и аулия́ с теми, кто близок к Нему, близок сердцем, делами и поступками. И это не мешает быть честными, благородными и надежными с людьми других культур или вероисповеданий. Ведь они стремятся быть набожными пред Творцом, Который сотворил всех людей, как верующих, так и отрицающих Его. Они понимают, что через благородство и искренность показывают другим правильность своего пути» 54. Что значит для мусульманина быть справедливым и милосердным? Какие два принципа являются основой справедливости (адль)? 55. Поясните слова 40-го ая́та 42 Суры Корана: «Воздаяние за зло - равноценное зло. Но если кто простит и установит мир, то его награда будет за Аллахом». 56. Какую роль играет семья в жизни мусульманина? Поясните… Как регулируются отношения в семье? Как распределяются права и обязанности? 57. Как мусульмане России относятся к своей Родине? Приведите примеры патриотизма (в Первой Мировой войне, во время Великой отечественной войны) 58. Какие народы России преимущественно исповедуют буддизм? 59. Почему буддизм мы причисляем к мировым религиям? (назовите основные признаки мировых религий) 60. Кто считается основателем буддизма? Каково, по преданию, его происхождение и первые годы жизни? 61. Каково название священных текстов буддизма? Какова их структура? Когда и как они были утверждены? 62. Как организована жизнь буддистского монастыря? 63. Почему мы буддизм не можем отнести к монотеистическим религиям? На каком основании эту религию называют пантеистическим вариантом языческой мысли? 64. Каковы «4 благородные истины», открывшиеся Гаутаме в момент просветления, сделав его Буддой? 65. Какие самые известные направления в буддизме? Каково их основное отличие? 66. Кого называют Бодхиса́ттвой? 67. Какое влияние оказал буддизм на развитие Китая? 68. Какую роль играет буддизм в Тибете? Кого принято называть Далай-ламой? Каков его статус? 69. Каковы, согласно буддизму, «Пять правил, ведущих к просветлению»? 70. Какие ценности буддизма вы находите созвучны-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			ми традиционным российским духовно-нравственным ценностям? Свой ответ поясните.
2.	**Раздел 2 Исторические аспекты формирования России как поликонфессионального государства-цивилизации**	Устный опрос	1. Поясните слова Президента Российской Федерации: «Межнациональное и межрелигиозное согласие – это основа российской государственности. Это одно из условий национальной безопасности». 2. Каково содержание изданного в октябре 1990 года Закона «О свободе совести и религиозных организациях»? Какую роль сыграл изданный Закон в жизни общества: в процессе появления т.н. новых религиозных движений? 3. Что в литературе принято называть сектой? Деструктивной сектой? Чем это наименование специфичных религиозных организаций отличается от понятия «новое религиозное движение»? 4. Почему европейцы (католики) считали жителей древнерусских княжеств «еретиками-отступниками»? Приведите исторические примеры попыток европейцев обратить наших предков в «истинную веру» 5. На современном этапе какие принято выделять виды т.н. новых религиозных движений? 6. Что такое синкретизм? Как можете охарактеризовать синкретические НРД? 7. Что Вам известно о движении «Аум Синрике»? 8. Дайте характеристику т.н. «Церкви Объединения» Муна? 9. Кто такие саентологи? Чем привлекают они доверчивых людей в свои ряды? 10. Что принято называть «теневым религиозным пространством» в цифровом мире? Почему оно опасно для общества? 11. Что такое неоязычество? В чем их опасность для общества? 12. Что из себя представляет т.н. ««Вéлесова книга»? Какова история ее возникновения? 13. В чем суть мифологии т.н. «родноверов»? В чем опасность деятельности родноверов? 14. Какие уроки можно извлечь, изучая религиозную политику фашистской Германии на оккупированных территория? 15. Что известно о т.н. «Церкви последнего завета» С. Торопа (Виссариона)? 16. Каковы основные опасности НРД для человека и общества? 17. Какой феномен социальной жизни принято называть религиозным экстремизмом? Что такое религиозный терроризм? 18. Каковы исторические предпосылки возникновения исламского фундаментализма (салафизма)? Каков политический идеал исламских фундаменталистов? В чем его опасность для современного человечества?

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			19. Приведите примеры того, что «воинствующий фундаментализм» на современном этапе окончательно перешел к методам террора и физическому истреблению тех, кого они называют «неверными». 20. Поясните следующее утверждение: «в современном мире очень сложно обособить религию от политики, еще сложнее дать однозначную оценку тем событиям, и тем силам, которые формируют т.н. “повестку дня”». 21. Поясните следующее утверждение: «Россия уже долгое время развивается в культурной парадигме, суть которой можно выразить словами – “единство во множестве”». 22. Почему «крещение Руси явилось необходимым условием развития нашей государственности»? 23. Какие знаете свидетельства крепкой связи государственной и церковной власти на ранних этапах развития нашего государства? 24. Как в X- XII веках шел процесс христианизации земель? 25. Какую роль сыграл Сергий Радонежский в деле укрепления русской государственности? 26. Когда Русская Церковь стала автокефальной? Как это событие повлияло на укрепление государства? 27. Каково основное содержание религиозной политики века XV? 28. В чем суть теории «Москва – третий Рим», какую роль она сыграла в истории России? 29. Когда и где в России появились первые протестантские общины? С какими событиями связан этот процесс? 30. Территории каких ханств в XVI веке были включены в состав нашего государства? Какие народы там проживали? 31. Какую политику по отношению к мусульманскому населению проводил Иван IV (в противовес варианту, предложенному Андреем Курбским)? Приведите примеры. 32. Какие из перешедших на русскую службу мусульман вы знаете знаменитые княжеские и дворянские рода? 33. Во времена Смуты чью сторону в подавляющем большинстве выбрали мусульмане? 34. В XVII веке Россия впервые принимает в свой состав территории, населенные калмыками, исповедующими буддизм. Какова история принятия калмыками буддизма? Препятствовала ли российская власть исповеданию буддизма? 35. Какой орган церковной власти в XVIII веке играл определяющую роль в деле регулирования межконфессиональных отношений? Как и почему? 36. Каковы причины роста числа протестантов в XVIII веке в России? Почему возрастает их роль в

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			жизни российского общества и государства? 37. Каково содержание вышедшего в 1702 году специального манифеста «О вызове иностранцев в Россию с обещанием им свободы вероисповедания»? 38. Каково содержание манифеста Екатерины II «О позволении иностранцам селиться в России…»? 39. Поясните утверждение: «Говоря о развитии ислама и буддизма в России в XVIII веке, отметим, что конфессиональная политика реализовывалась сквозь призму интересов российского государства, как внутренних, так и внешних». 40. Поясните следующее утверждение: «Политика российского государства в области межрелигиозных отношений на рубеже XVIII – XIX веков выстраивается в направлении свободы вероисповедания и уважения прав верующих. Это открывает перед многоконфессиональной страной новые исторические перспективы». 41. С какой целью в 1810 году создается Главное управление духовных дел иностранных исповеданий? 42. Какое место занимала Русская православная церковь в России XIX века? Какие государственные функции выполняла Церковь в это время? 43. Как в начале XIX века менялась система духовного образования в России? 44. Каково основное содержание теории официальной народности, предложенной министром народного просвещения графом Сергеем Семеновичем Уваровым? 45. Какова причина того, что в 1811 году Грузинская Церковь вошла в состав Русской Православной Церкви на началах Экзархата? Что называют экзархатом? 46. Каков результат взаимодействия Российского государства с Католической Церковью на западных территориях страны в XIX веке? 47. Какие события предопределили появление католиков в Сибири и на Дальнем Востоке? 48. Что можете сказать о деятельности Римско-католической духовной коллегии, которая была основана в 1801 году? 49. Как связано появление евангелическо-лютеранских консисторий в Финляндии и Польше с деятельностью российского государства? 50. Каким образом население России пополнилось значительным числом иудеев в XIX веке? 51. Что такое «черта оседлости»? Как она менялась? 52. Какова степень участия мусульман в Отечественной войне 1812 года? 53. Как в Российской империи жилось буддистам? 54. Каково содержание Указа «Об укреплении начал веротерпимости» 1905 года?

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			55. Какова причина негативного отношения советской власти к религии? К верующим? Что принято называть «безбожной пятилеткой»? 56. Как Русская Православная Церковь отреагировала на нападение фашистской Германии на Советский Союз? Что знаете о формировании танковой колонны имени Дмитрия Донского, авиационной эскадрильи имени Александра Невского? 57. Как мусульманское духовенство отреагировало на начало войны? Иудеи? Буддисты? Старообрядцы? Армянская Церковь? 58. Какие нормативные правовые акты закрепляют положение религиозных объединений в Российской Федерации? 59. Каково в процентном соотношении, по подсчетам Всероссийского центра изучения общественного мнения – ВЦИОМ, распределение верующих в нашей стране? 60. Каковы основные проблемы, возникающие в РФ из-за мигрантов из Средней Азии? Иллюстрируйте примерами свой ответ. Каковы причины этих проблем? Каковы возможные пути решения данных проблем? 61. Поясните слова Президента Российской Федерации, произнесенные им на встрече с представителями религиозных объединений России, которая прошла в Екатерининском зале Кремля 25 октября 2023 года: надо исходить «из коренных интересов нашего собственного многонационального народа, всегда помнить, что межнациональное и межрелигиозное согласие – это основа российской государственности. Всё другое, всякая другая позиция имеет антироссийскую направленность и составляющую». 62. Каковы причины того, что обыватели часто рассматривают современные религии как конкурирующие мировоззренческие системы? 63. Какие вы знаете исторические формы т.н. религиозной конкуренции? Приведите примеры 64. К каким результатам в области межконфессионального общения должно привести осознание неизбежности совместного сосуществования верующих разных религий на современном этапе развития цивилизации? 65. Поясните: «Еще одним стимулом для вступления представителей разных религий в диалог, как не покажется это странным, является то, что в детстве мы определяли, как «любопытство», в школьные годы как «любознательность», а вот согласно Аристотелю, это «импульс человеческой природы…к знанию» 66. Что вы знаете о деятельности Межрелигиозного совета России, который был образован в 1998 году?

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			Каковы основные принципы взаимодействия традиционных религий в рамках данного Совета? Каковы актуальные темы, которые обсуждаются на Совете? 67. Что знаете о совместном участии религиозных лидеров России в праздновании Дня народного единства? 68. Каково ваше отношение к деятельности Совета? 69. Почему, на ваш взгляд, заявление, сделанное на торжественном заседании Совета в декабре 2023 года остается актуальным: ««Всех верующих традиционных религий – христиан, мусульман, иудеев и буддистов – мы призываем к рассудительности, трезвости ума, терпению и хранению себя в мире и любви к ближним, вне зависимости от их национальности и религиозного исповедания».

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 – 31
Всего		31

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-5

1. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется священный текст в исламе?

1. Библия
2. Тора
3. Коран
4. Авеста

Ответ _____

2. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Кто такой Авраам в авраамических религиях?

1. Бог
2. Пророк
3. Первый человек
4. Философ

Ответ _____

3. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что означает термин "монотеизм"?

1. Вера в одного бога
2. Вера во множество богов
3. Вера в природные духи
4. Вера в духи предков

Ответ _____

4. *Прочитайте текст задания и установите соответствие.*

Соотнесите священный текст и религию. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	*II*
А(Христианство)	*1(Тора)*
Б(Ислам)	*2(Библия)*
В(Буддизм)	*3(Коран)*
Г(Иудаизм)	*4(Трипитака)*

Таблица для заполнения

А	*Б*	*В*	*Г*

5. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Кто такой Будда в буддизме?

1. Бог
2. Пророк
3. Просветленный человек
4. Философ

Ответ _____

6. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется коллективное почитание богов или божеств?

1. Жертвоприношение
2. Культ
3. Проповедь
4. Молитва

Ответ _____

7. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется пятикратная молитва в исламе?

1. Евхаристия
2. Намаз
3. Пост
4. Омовение

Ответ _____

8. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что является символом евреев, рассеявшихся по миру?

1. Бима
2. Мидраш
3. Стена Плача
4. Талмуд

Ответ _____

9. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что означает термин «пост» в авраамических религиях?

1. Вера в переселение душ
2. Вера в единого Бога
3. Вера в природу
4. Вера в реинкарнацию

Ответ _____

10. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Какой из этих элементов является обязательным в религиозном культе?

1. Свеча
2. Ритуал
3. Танец
4. Омовение

Ответ _____

11. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что символизирует «Завет» в иудаизме?

1. Союз между Богом и еврейским народом
2. Дарование Торы
3. Исход из Египта
4. Возвращение в Иерусалим

Ответ _____

12. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Какую функцию выполняет молитва в христианстве?

1. Омовение перед причастием
2. Подготовка к исповеди
3. Ритуал прощения грехов
4. Встреча и общение с Богом

Ответ _____

13. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Кто такие пророки в авраамических религиях?

1. Священнослужители
2. Посланники Бога, передающие его волю
3. Мудрецы, создающие философские учения
4. Исследователи мира

Ответ _____

14. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что означает «сансара» в буддизме?

1. Молитва
2. Просвещение
3. Круговорот перерождений
4. Пост

Ответ _____

15. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что символизирует жертва Иисуса Христа в христианстве?

1. Искупление грехов всего человечества
2. Победа над врагами
3. Очищение от болезней
4. Прощение людей

Ответ _____

16. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Кто был пророком, который вывел евреев из Египта?

1. Моисей
2. Авраам
3. Исаак
4. Давид

Ответ _____

17. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется молитва, повторяемая в буддизме?

1. Пение
2. Намаз
3. Мантра
4. Евхаристия

Ответ _____

18. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется конечная цель, к которой стремятся буддисты?

1. Всезнание
2. Нирвана
3. Сансара
4. Рай

Ответ _____

19. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Как называется пост перед Пасхой?

1. Рождественский пост
2. Великий пост
3. Петров пост
4. Пост Девятого Ава

Ответ _____

20. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Кто такой Моисей?

1. Пророк, который заключил договор с Богом на Синае
2. Философ, создавший учение
3. Первый царь Израиля
4. Ученый, изучавший религии

Ответ _____

21. *Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа*

Что означает термин «культ» в контексте религиозной деятельности?

1. Политическое поклонение лидеру
2. Почитание божеств, священных предметов и явлений
3. Преследование религиозных идей
4. Технический ритуал в науке

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что символизирует праздник Пасха в христианстве?

1. Дарование десяти заповедей
2. Прощение грехов
3. Исход евреев из Египта
4. Воскрешение Иисуса Христа

Ответ _____

23. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа

Что такое политеизм?

1. Вера в единого Бога
2. Вера во множество богов
3. Вера в природу
4. Вера в духов

Ответ _____

24. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа

Какую роль играет мантра в буддизме?

1. Очищение грехов
2. Средство для концентрации и очищения ума
3. Призыв божеств
4. Вопрос к Богу

Ответ _____

25. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа

Как называется исламский священный месяц, во время которого мусульмане соблюдают пост?

1. Хадж
2. Рамадан
3. Йом Кипур
4. Декабрь

Ответ _____

26. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа

Какая из перечисленных ниже организаций имеет в качестве цели своей деятельности следующее: «укрепление межрелигиозного и межнационального мира, противодействие использованию религиозных чувств для разжигания межэтнических конфликтов, утверждение в обществе традиционных нравственных ценностей, согласия и стабильности»?

1. Россотрудничество

2. Совет по взаимодействию с религиозными объединениями при Президенте Российской Федерации

3. Межрелигиозный совет России

4. Ассамблея народов России

Ответ _____

27. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

«Под искуплением в христианстве понимается избавление человека (человечества) от власти греха, от власти смерти над ним, его “очищение” ради восстановления общения с Богом, ради Его Прощения. Искупительная жертва Иисуса Христа же означает то, что Сын Божий ради того, чтобы человек имел возможность спастись берет на себя его грехи и принимает за них наказание. Наказание через Его поругание, истязание и смерть. Воскрешение же Иисуса Христа открывает надежду верующим на восстановление и возрождение к вечной жизни их самих.

Итак, спасение Иисусом Христом человечества заключается не в сиюминутном обретении человеком благодатной жизни, а в возможности избавиться от греха и его последствий, в создании условий для возможного обретения человеком при значительном его усилии Царствия Небесного, как считают христиане. Иначе говоря, Иисус Христос “открывает возможность человеку вернуть потерянную благодать, вновь исполниться Святого Духа, воскреснуть душою к блаженной духовной жизни”. Речь идет именно о возможности, потому что без духовных усилий самого человека чуда не произойдет».

В чем, согласно христианству, заключается спасение человечества через искупительную жертву Иисуса Христа?

1. В избавлении от сиюминутных страданий и обретении материального благополучия

2. В том, что грехи человека становятся безвредными и больше не важны

3. В автоматическом спасении всех людей без усилий с их стороны

4. В создании условий для возможного обретения Царствия Небесного при усилиях человечества

Ответ _____

Обоснование _____

_____

28. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

«Ислам возник на северо-западе Аравии, в Мекке, где родился Мухаммад - пророк и основатель ислама, сыгравший решающую роль в истории этой религии. Родился он около 570 года согласно исламскому преданию – Су́нне, которая представляет собой собрание рассказов - хади́сов о словах и делах Пророка. При упоминании его имени мусульмане обязательно добавляют фразу «Да благословит его Бог и приветствует».
В возрасте сорока лет Мухаммад начал свою проповедь, призывая арабов отвергнуть ложных богов и поклоняться единому Богу. Он напоминал, что и к другим народам Бог посылал своих пророков, а отвергнувших их подвергал суровому наказанию. Умер Мухаммад в 632 году, подчинив к этому времени почти весь Аравийский полуостров. Его гробница находится в главной мечети Медины – в Аль-Масджи́д ан-Набави́, где впоследствии захоронили и его ближайших сподвижников, Абу Ба́кр и Ума́р ибн аль Хатта́б.
Мухаммад же – самый почитаемый в исламе человек: его имя ежедневно произносится в намазах (молитвах), в аза́не (в призыве к молитве), в ху́тбе (в пятничной проповеди во время полуденного богослужения), в наставлениях, в ду́а-мольбе к Аллаху, которая в отличие от намаза произносится в свободной форме на любом языке, при написании книг, и, конечно, его имя упоминается при произнесении шаха́ды»
Является ли Мухаммед особо почитаемым в исламе?

1. Да, Мухаммед является почитаемым в исламе
2. Нет, Мухаммед не является почитаемым в Исламе
3. В тексте нет ответа на этот вопрос
4. Нет однозначного ответа на этот вопрос

Ответ _____
Обоснование _____

29. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

«Возвращаясь к молитве как одному из важнейших элементов культа: для христиан, мусульман и иудеев – Бог есть единая и единственная личность; ему они и молятся. Однако иначе дело обстоит с буддизмом. Ведь Будда - это не Бог; он человек. Правда, в описании его жизни часто присутствуют ссылки на его сверхъестественные способности. С санскрита «Будда» переводится прилагательным «просветленный» или «пробужденный». Это тот, кому дано было постигнуть сущность мира, кому открылась истина о нем. Мы можем сказать, что буддизм близок к таким религиям, которые принято называть пантеистическими»
Кем является Будда в буддизме?

1. Бог, которому поклоняются как единственному творцу мира
2. Человеком, обладающим сверхъестественными способностями, которого считают божеством
3. Просветленным человеком, который постиг сущность мира и открыл истину
4. Легендарной фигурой, не имеющей реального исторического существования

Ответ _____
Обоснование _____

30. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

«Элементами ритуального действия, как правило, бывают «стандартизованные, часто ритмически организованные жесты, движения; чтение текстов, совершаемые в специфических ситуациях психологического напряжения или расслабления – от массового экстаза до индивидуальной молитвы и медитации. Ритуальные акты часто связаны также с определенными эстетическими феноменами в архитектуре, одежде, музыке, атрибутике».

В ритуалах, предметы реального мира получают сверхъестественные функции, которые могут пониматься различно. «Так, по православному и католическому вероучению, особый хлеб во время пресуществления, сохраняя свои обычные свойства материального предмета (определенным образом выпеченного хлеба), одновременно становится и Телом Христовым, и носителем благодати, и его знаком, непосредственным образом указывая на Тело Христа. До осуществления этого таинства он, пусть и предназначенный для данной цели, был лишь обычным предметом или предметом, только намекающим на Жертву Христа. Соответственно, и причащение таким хлебом было бы бесполезным и безрезультатным».

Почему ученые считают, что ритуалы — важная часть любой религии?

1. Потому что ритуалы помогают поддерживать дисциплину в обществе

2.Потому что ритуалы придают предметам реального мира сверхъестественные функции

3. Потому что ритуалы важны для создания красивой архитектуры и музыки

4. Потому что ритуалы связаны исключительно с историей религий и больше не актуальны

Ответ _____

Обоснование _____

31. Прочитайте текст задания, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Каждый человек верит. И вера его всегда направлена на что-то; иначе говоря, она интенциональна. Слово это произошло от латинского intentio, которое переводится как «стремление». Этим понятием пользуются ученые для обозначения одной из важнейших особенностей нашего сознания – его направленности на какую-нибудь сущность. Например, у римского философа Сенеки интенция - это способ движения души, а у Фомы Аквинского – это один из механизмов познания интеллекта, актуализации его потенций с помощью усвоения объекта сознанием.

Вера всегда интенциона́льна: нет «пустой», беспредметной веры. Предметом веры выступают не просто конкретные объекты или явления внешнего мира, которые мы обнаруживаем с помощью наших чувств. Предметом веры могут выступать образы и абстрактные идеи. Если мы, например, «верим в светлое будущее», то здесь предметом веры выступает как раз образ этого самого будущего как результат конструирования в сознании человека некоего идеального состояния человеческой жизни. А вот если мы верим в «равенство и братство всех людей», то это уже пример веры в некую абстрактную идею, как формо- и смыслообразующее начало, как первообраз, практически неисчерпаемый в своем потенциальном богатстве смысла.

Истинно ли утверждение “Вера - всегда интенциональна”?

1. Да, вера всегда интенциональна

2. Нет, интенциональность не является обязательным элементом веры

3. В тексте нет ответа на данный вопрос

4. Нет однозначного ответа на этот вопрос

Ответ _____

Обоснование _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Фундаментальные особенности Российского государства	Тестирование	1. Какое место в мире занимает Россия по площади территории? а) первое; б) второе; в) третье; г) пятое. 2. Протяженность границ России равна: а) 14, 5 тыс. км.; б) 38,8 тыс. км.; в) 60,9 тыс. км; г) 65,7 тыс. км. 3. Доля территории России, расположенной в зоне Севера, составляет: а) 45 %; б) 64 %; в) 79 %; г) 94 %. 4. По запасам природного газа Россия занимает место: а) первое; б) второе; в) третье; г) четвертое. 5. Сколько республик входит в состав Российской Федерации? а) 10 б) 11; в) 20;

			г) 22. 6. Сколько народов проживает на территории России? а) 100; б) 150; в) более 190; г) 80. 7. Выберите из предложенного списка два преимущества природно-географического положения России: а) сложность управления страной; б) большая протяженность транспортных магистралей; в) разнообразие природы; г) большое количество сопредельных стран. 8. Какой вид субъектов преобладает в России: а) республика; б) область; в) автономный округ; г) край. 9. В каких высокотехнологных сферах экономики Россия занимает передовые позиции? а) агрономические и биологические; б) компьютерные и информационные; в) микробиологические и педагогические; г) космические и атомной энергетики. 10. Какой комплекс в экономике страны играет ведущую роль? а) металлургический; б) топливно-энергетический комплекс (ТЭК); в) химический; г) машиностроительный. 11. По производству какой продук-

			ции сельского хозяйства Россия входит в первую пятерку? а) кукурузы, льна, говядины; б) пшеницы, картофеля, сахарной свеклы; в) картофеля, ячменя, баранины; г) свинины, овощей, пшеницы. 12. По грузообороту каких транспортных магистралей страна занимает первое место? а) железных; б) автомобильных; в) авиационных; г) трубопроводных. 13. Какое значение для нашей страны имеет сотрудничество со странами СНГ? а) Подчеркнуть равноправные взаимовыгодные отношения России и этих стран; б) Россия стремится сохранить свое влияние в этих государствах и рассматривает обеспечение безопасности и неприкосновенности границ стран СНГ; в) В России имеются крупные залежи полезных ископаемых (до 40% мировых запасов), необъятная территория и огромный резерв нетронутых экосистем. 14. В каком городе находится памятник «Тысячелетие России»? а) Великий Новгород; б) Санкт-Петербург; в) Томск; г) Москва. 15. Какой подход рассматривает историю каждого народа как уникальный процесс: а) формационный; б) информационный; в) цивилизованный;

			г) цивилизационный. 16. Цивилизационный подход это: а) метод научного познания объектов, процессов или явлений природы и общества, согласно которому в первую очередь выявляются и анализируются наиболее характерные информационные аспекты, определяющие функционирование и развитие изучаемых объектов; б) это последовательность этапов в развитии человечества – формаций. Фактически это объяснение линейного развития истории человечества этап за этапом, или, в данном случае, формация за формацией. в) понимание истории каждого народа как уникального пути. При этом основным понятием становится цивилизация – общество, обладающее специфическими чертами. Человек является двигателем прогресса. Он способен влиять на развитие государства. 17. Кто, по мнению сторонников цивилизационного подхода, является двигателем прогресса? а) человек; б) общество в целом; в) рабовладелец; г) класс. 18. При помощи чего, по мнению сторонников цивилизационного подхода, должны происходить социальные изменения: а) плановой реформы; б) революции; в) они происходят сами по себе; г) все ответы неверны. 19. Перечисленные учёные, кроме одного, являются представителями цивилизационного подхода к изуче-

			нию истории. Какие фамилии являются «лишними»? а) Л.Г. Морган; б) А. Тойнби; в) Н. Данилевский; г) О. Шпенглер. 20. Какие из определений относятся к термину «цивилизация»? а) Устойчивая общность людей, объединённых духовными традициями, сходным образом жизни, географическими и историческими рамками. б) Исторический тип социально-экономического развития общества на основе определённого способа производства материальных благ. в) Стадия развития человеческого общества, достигшего определённого уровня социальности. г) Гражданское общество, в котором царят свобода, справедливость и право. 21. Кто является автором формационного подхода: а) К. Маркс; б) В.И. Ленин; в) Д.И. Менделеев; г) Ч. Дарвин. 22. Что из перечисленного не относится к формациям: а) рабовладельческое общество; б) феодальное общество; в) информационное общество; г) буржуазное общество. 23. Какая общественная формация, по мнению К. Маркса, является завершающим этапом развития общества: а) первобытнообщинная; б) феодальная; в) буржуазная;

			г) коммунистическая. 24. Какой подход считает главным критерием прогресса уровень развития производительных сил: а) формационный; б) информационный; в) цивилизованный; г) цивилизационный. 25. При каком подходе невозможно представить историю человечества как единый процесс: а) информационный; б) формационный; в) цивилизационный; г) цивилизованный.
2.	Раздел 2. Российская Федерация: настоящее и будущее	Тестирование	1. Форма государственного устройства России: а) геометрическая федерация; б) математическая федерация; в) симметричная федерация; г) ассиметричная федерация. 2. Выберете правильное суждение: а) статус всех субъектов РФ одинаков; б) статус всех субъектов РФ не одинаков: у республик - конституция, язык, у областей и краев – нет своих законов и государственных языков; в) статус всех субъектов РФ определен самостоятельными нормативными актами субъекта; г) статус всех субъектов РФ не одинаков: у республик, у областей и краев различные законы и государственные языки. 3. Российская Федерация – это: а) демократическое государство, форма правления - республиканская; б) социалистическое государство, форма правления - республиканская; в) капиталистическое государство, форма правления - республиканская;

			г) гуманное государство, форма правления – республиканская. 4. Действующая Конституция Российской Федерации была принята… а) в 2020 году; б) в 2000 году; в) в 1993 году; г) в 1995 году. 5. Каким государством, согласно Конституции РФ, является наша страна: а) демократическая республика; б) монархия; в) президентская республика; г) смешанная республика. 6. Государственные учреждения делятся на основные группы: а) высшие, центральные, местные; б) органы управления и самоуправления; в) центральные и местные; г) национальные и территориальные. 7. Деление органов власти происходит по уровням: а) федеральные; б) областные; в) районные; г) республиканские. 8. Какие политические институты не входят в государственное устройство России: а) Президентство; б) Федеральное собрание; в) Правительство; г) Партийные руководители. 9. Для какого режима основа – приказы высших властей: а) тоталитарный; б) авторитарный; в) демократичный;

			г) либеральный. 10. Под охраной законов в России не находятся: а) труд; б) здоровье человека; в) собственность; г) предметы роскоши. 11. Кто обладает высшей властью в решении государственных вопросов в России? а) народ; б) Совет Безопасности; в) Федеральное Собрание РФ; г) президент. 12. Какому государственному органу принадлежит Законодательная власть? а) Правительству РФ; б) Верховному Суду РФ; в) Администрации Президента РФ; г) Федеральному Собранию РФ. 13. С какого возраста гражданин имеет право принимать участие в выборах? а) 16; б) 18; в) 20; г) 22. 14. Парламент Российской Федерации называется: а) Советом Федерации; б) Федеральным Собранием; в) Государственной Думой; г) Верховным Советом. 15. Перспективными ценностными ориентирами российского цивилизационного развития не являются: а) стабильность; б) миссия; в) доминирование;

			г) ответственность; д) справедливость. 16. Центрами биполярного мира до 90-х годов XX века были: а) Германия; б) США; в) СССР; г) Франция. 17. Выделите главную причину осложнения взаимоотношений «Россия – НАТО»: а) ядерный паритет; б) расширение НАТО на восток; в) создание новых типов оружия; г) совместные учения. 18. Выделите основные черты внешней политики России во второй половине 1980- 1990-х гг.: а) односторонние уступки странам Запада и США; б) рост международного авторитета; в) вывод советских войск из Восточной Европы; г) прагматизм решений международных вопросов 19. Выделите основные черты внешней политики России начала XXI века: а) односторонние уступки странам Запада и США; б) рост международного авторитета; в) вывод советских войск из Восточной Европы; г) отстаивание национальных интересов России. 20. События в каком субъекте федерации привели Россию к военному конфликту и серии терактов: а) Республика Армения; б) Республика Грузия; в) Республика Азербайджан;

			г) Чеченская Республика. 21. Какие основные политические силы представлены в нынешнем составе Госдумы: а) Коммунистическая партия Российской Федерации (КПРФ); б) Союз правых сил (СПС); в) Российская объединенная демократическая партия «Яблоко»; г) Либерально-демократическая партия России (ЛДПР). 22. Лидером партии «Единая Россия» в современной России является: а) Ю. Лужков; б) Г. Зюганов; в) Г. Явлинский; г) Д. Медведев. 23. Назовите приоритетные национальные проекты, реализация которых началась в 2018 году (выберите несколько вариантов ответа): а) «Человеческий капитал»; б) «Комфортная среда для жизни»; в) «Экономический рост»; г) «Перевооружение армии». 24. Назовите достижения Российской экономики в начале XXI в.: а) отказ от сырьевой модели; б) рост золотовалютных резервов страны; в) значительное сокращение внешнего долга; г) стабилизация курса рубля. 25. Выделите сферы деятельности, в которых Россия сохранила статус сверхдержавы: а) экономическое развитие; б) энергетический потенциал; в) космическая программа; г) уровень жизни населения.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является *зачет* который проводится в устной форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 – 30
Всего		30

Код контролируемой компетенции: УК-5

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Какое место в мире занимает Россия по площади территории?
   а) первое;
   б) второе;
   в) третье;
   г) пятое.
   Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Протяженность границ России равна:
а) 30,5 тыс. км;
б) 45,8 тыс. км;
в) 60,9 тыс. км;
г) 75,7 тыс. км.
   Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
   Доля территории России, расположенной в арктической зоне, составляет:
а) 45 %;
б) 64 %;
в) 79 %;
г) 94 %.
   Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Сколько субъектов входит в состав Российской Федерации?

а) 69

б) 79;

в) 89;

г) 99.

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какой вид субъектов преобладает в России:

а) республика;

б) область;

в) автономный округ;

г) край.

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В каких высокотехнологичных сферах экономики Россия занимает передовые позиции?

а) агрономические и биологические;

б) компьютерные и информационные;

в) гуманитарные и педагогические;

г) космические и атомной энергетики.

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какая отрасль в экономике страны играет ведущую роль?

а) металлургическая;

б) топливно-энергетическая;

в) химическая;

г) машиностроительная.

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

По грузообороту каких транспортных магистралей страна занимает первое место в мире?

а) железных;

б) автомобильных;

в) авиационных;

г) трубопроводных.

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какое значение для нашей страны имеет сотрудничество со странами СНГ?

а) подчеркнуть равноправные взаимовыгодные отношения России и этих стран;

б) Россия стремится сохранить свое влияние в этих государствах и рассматривает обеспечение безопасности и неприкосновенности границ стран СНГ;

в) отношения России со странами СНГ – главный внешнеполитический приоритет Российской Федерации;

г) в России имеются крупные залежи полезных ископаемых (до 40% мировых запасов), необъятная территория и огромный резерв нетронутых экосистем.

Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Цивилизационный подход – это:

а) метод научного познания объектов, процессов или явлений природы и общества, согласно которому в первую очередь выявляются и анализируются наиболее характерные информационные аспекты, определяющие функционирование и развитие изучаемых объектов;

б) это последовательность этапов в развитии человечества – формаций. Фактически это объяснение линейного развития истории человечества этап за этапом, или, в данном случае, формация за формацией.

в) понимание истории каждого народа как уникального пути. При этом основным понятием становится цивилизация – общество, обладающее специфическими чертами.

Ответ _____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Перечисленные учёные, кроме одного, являются представителями цивилизационного подхода к изучению истории. Какие фамилии являются «лишними»?

а) Л.Г. Морган;

б) А. Тойнби;

в) Н. Данилевский;

г) О. Шпенглер.

Ответ _____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Какие из определений относятся к термину «цивилизация»?

а) устойчивая общность людей, объединённых духовными традициями, сходным образом жизни, географическими и историческими рамками.

б) исторический тип социально-экономического развития общества на основе определённого способа производства материальных благ.

в) стадия развития человеческого общества, достигшего определённого уровня социальности.

г) гражданское общество, в котором царят свобода, справедливость и право.

Ответ _____

13. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Что из перечисленного не относится к формациям:

а) рабовладельческое общество;

б) феодальное общество;

в) информационное общество;

г) буржуазное общество.

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Форма государственного устройства России:

а) геометрическая федерация;

б) математическая федерация;

в) симметричная федерация;

г) асимметричная федерация.

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Выберете правильное суждение:

а) статус всех субъектов РФ одинаков;

б) статус всех субъектов РФ не одинаков: у республик - конституция, язык, у областей и краев – нет своих законов и государственных языков;

в) статус всех субъектов РФ определен самостоятельными нормативными актами субъекта;

г) статус всех субъектов РФ не одинаков: у республик, у областей и краев различные законы и государственные языки.

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Согласно Конституции РФ Российская Федерация – это:

а) демократическое государство, форма правления - республиканская;

б) социалистическое государство, форма правления - республиканская;

в) капиталистическое государство, форма правления - республиканская;

г) гуманное государство, форма правления – республиканская.

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Действующая Конституция Российской Федерации была принята…

а) в 2020 году;

б) в 2000 году;

в) в 1993 году;

г) в 1995 году.

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Каким государством, согласно Конституции РФ, является наша страна:

а) парламентская республика;

б) парламентская монархия;

в) президентская республика;

г) смешанная республика.

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какому государственному органу принадлежит законодательная власть?

а) Правительству РФ;

б) Верховному Суду РФ;

в) Администрации Президента РФ;

г) Федеральному Собранию РФ.

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

С какого возраста гражданин РФ имеет право принимать участие в выборах?

а) 16;

б) 18;

в) 20;

г) 22.

Ответ _____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Выделите главную причину осложнения взаимоотношений «Россия – НАТО»:

а) ядерный паритет;

б) расширение НАТО на восток;

в) создание новых типов оружия;

г) совместные учения.

Ответ _____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Выделите основные черты внешней политики России в 1990-х гг.:

а) односторонние уступки странам Западной Европы и США;

б) рост международного авторитета;

в) вывод советских войск из Восточной Европы;

г) отстаивание национальных интересов России

Ответ _____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Выделите основные черты внешней политики России начала XXI века:

а) односторонние уступки странам Запада и США;

б) рост международного авторитета;

в) вывод советских войск из Восточной Европы;

г) отстаивание национальных интересов России.

Ответ _____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Какая политическая партия представлена в действующем составе Государственной Думы РФ:

а) Коммунистическая партия Российской Федерации (КПРФ);

б) Партия Прогресса;

в) Партия Возрождения России;

г) Российская партия свободы и справедливости.

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Лидером партии «Единая Россия» в настоящее время является:

а) М.В. Мишустин;

б) В.В. Володин;

в) С.В. Лавров;

г) Д.А. Медведев.

Ответ _____

1.

26. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Из Летописной повести о побоище на Дону:

«Соединившись со всеми князьями русскими и со всею силою, пошел он против Мамая скоро из Москвы, намереваясь оборонять свою отчину, и пришел в Коломну, и собрал воинов своих 150 тысяч, кроме войска княжеского и воевод местных. От начала мира не бывало такой силы русских князей, как при этом князе... В то время Мамай стал за Доном, буйствуя, возгордившись и гневаясь со всем своим царством, и стоял три недели... Пришли они к Дону, стали тут и много раздумывали. Одни говорили: «Пойди, князь, за Дон», а другие сказали: «Не ходи, так как умножились враги наши, не только татары, но и Литва, и рязанцы»... Князь сказал брату своему и всем князьям и воеводам великим: «Подошло, братья, время битвы нашей»... И велел мосты мостить и о бродах разузнать в ту ночь. На следующий день, в субботу рано, 8 сентября, в самый праздник не было света с утра до третьего часа... Князь же великий приготовил свои полки великие, и все его князья русские свои полки подготовили, и великие его воеводы оделись в одежды праздничные... Когда князь перешел за Дон в чистое поле, в Мамаеву землю, на устье Непрядвы, Господа Бог вёл его...».

Укажите год, к которому относятся описанные события.

Ответ _____

27. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Из Летописной повести о побоище на Дону:

«Соединившись со всеми князьями русскими и со всею силою, пошел он против Мамая скоро из Москвы, намереваясь оборонять свою отчину, и пришел в Коломну, и собрал воинов своих 150 тысяч, кроме войска княжеского и воевод местных. От начала мира не бывало такой силы русских князей, как при этом князе... В то время Мамай стал за Доном, буйствуя, возгордившись и гневаясь со всем своим царством, и стоял три недели... Пришли они к Дону, стали тут и много раздумывали. Одни говорили: «Пойди, князь, за Дон», а другие сказали: «Не ходи, так как умножились враги наши, не только татары, но и Литва, и рязанцы»... Князь сказал брату своему и всем князьям и воеводам великим: «Подошло, братья, время битвы нашей»... И велел мосты мостить и о бродах разузнать в ту ночь. На следующий день, в субботу рано, 8 сентября, в самый праздник не было света с утра до третьего часа... Князь же великий приготовил свои полки великие, и все его князья русские свои полки подготовили, и великие его воеводы оделись в одежды праздничные... Когда князь перешел за Дон в чистое поле, в Мамаеву землю, на устье Непрядвы, Господа Бог вёл его...».

Укажите имя Великого князя, с которым связаны описанные события.

Ответ _____

28. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Из Летописной повести о побоище на Дону:
«Соединившись со всеми князьями русскими и со всею силою, пошел он против Мамая скоро из Москвы, намереваясь оборонять свою отчину, и пришел в Коломну, и собрал воинов своих 150 тысяч, кроме войска княжеского и воевод местных. От начала мира не бывало такой силы русских князей, как при этом князе... В то время Мамай стал за Доном, буйствуя, возгордившись и гневаясь со всем своим царством, и стоял три недели... Пришли они к Дону, стали тут и много раздумывали. Одни говорили: «Пойди, князь, за Дон», а другие сказали: «Не ходи, так как умножились враги наши, не только татары, но и Литва, и рязанцы»... Князь сказал брату своему и всем князьям и воеводам великим: «Подошло, братья, время битвы нашей»... И велел мосты мостить и о бродах разузнать в ту ночь. На следующий день, в субботу рано, 8 сентября, в самый праздник не было света с утра до третьего часа... Князь же великий приготовил свои полки великие, и все его князья русские свои полки подготовили, и великие его воеводы оделись в одежды праздничные... Когда князь перешел за Дон в чистое поле, в Мамаеву землю, на устье Непрядвы, Господа Бог вёл его...».
Чем закончилась описанная в тексте битва?
Ответ _____

29. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Из Летописной повести о побоище на Дону:
«Соединившись со всеми князьями русскими и со всею силою, пошел он против Мамая скоро из Москвы, намереваясь оборонять свою отчину, и пришел в Коломну, и собрал воинов своих 150 тысяч, кроме войска княжеского и воевод местных. От начала мира не бывало такой силы русских князей, как при этом князе... В то время Мамай стал за Доном, буйствуя, возгордившись и гневаясь со всем своим царством, и стоял три недели... Пришли они к Дону, стали тут и много раздумывали. Одни говорили: «Пойди, князь, за Дон», а другие сказали: «Не ходи, так как умножились враги наши, не только татары, но и Литва, и рязанцы»... Князь сказал брату своему и всем князьям и воеводам великим: «Подошло, братья, время битвы нашей»... И велел мосты мостить и о бродах разузнать в ту ночь. На следующий день, в субботу рано, 8 сентября, в самый праздник не было света с утра до третьего часа... Князь же великий приготовил свои полки великие, и все его князья русские свои полки подготовили, и великие его воеводы оделись в одежды праздничные... Когда князь перешел за Дон в чистое поле, в Мамаеву землю, на устье Непрядвы, Господа Бог вёл его...».
Какие причины именно такого исхода битвы указывает автор? Укажите не менее двух причин.
Ответ _____

30. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Из Летописной повести о побоище на Дону:
«Соединившись со всеми князьями русскими и со всею силою, пошел он против Мамая скоро из Москвы, намереваясь оборонять свою отчину, и пришел в Коломну, и собрал воинов своих 150 тысяч, кроме войска княжеского и воевод местных. От

начала мира не бывало такой силы русских князей, как при этом князе... В то время Мамай стал за Доном, буйствуя, возгордившись и гневаясь со всем своим царством, и стоял три недели... Пришли они к Дону, стали тут и много раздумывали. Одни говорили: «Пойди, князь, за Дон», а другие сказали: «Не ходи, так как умножились враги наши, не только татары, но и Литва, и рязанцы»... Князь сказал брату своему и всем князьям и воеводам великим: «Подошло, братья, время битвы нашей»... И велел мосты мостить и о бродах разузнать в ту ночь. На следующий день, в субботу рано, 8 сентября, в самый праздник не было света с утра до третьего часа... Князь же великий приготовил свои полки великие, и все его князья русские свои полки подготовили, и великие его воеводы оделись в одежды праздничные... Когда князь перешел за Дон в чистое поле, в Мамаеву землю, на устье Непрядвы, Господа Бог вёл его...».

Как автор произведения относится к событиям, о которых повествует? Кого он поддерживает?

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ И ЭКСТРЕМИЗМУ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Терроризм и экстремизм – общая характеристика	Устный опрос	1. Соотношение понятий «радикализм», «экстремизм» и «терроризм». 2. Понятие и подходы к определению экстремизма и терроризма. 3. Сущностные характеристики экстремизма и терроризма. 4. Отличительные черты терроризма. 5. Современные причины терроризма и экстремизма, их классификация и тенденции. 6. Субъекты и объекты терроризма и экстремизма. 7. Радикализация – основа экстремизма и терроризма. 8. Уровни проявления терроризма. 9. Терроризм как идеология, образ мышления и действий. Терроризм как деятельность. 10. Экстремизм, терроризм и террористическая деятельность - угроза национальной безопасности России. 11. Виды экстремизма и терроризма в современной России и их идеологическая основа. 12. Особенности Москвы и Московской области по проявлению угроз экстремистского и террористического характера. 13. Виды террористических актов, их цели, мотивы и способы осуществления. 14. Общая характеристика международного законодательства в сфере борьбы с экстремизмом и терроризмом. 15. Нормативное правовое обеспечение антиэкстремистской и антитеррористической деятельности, профилактика и противодействие идеологии экстремизма терроризма в России и их классификация. 16. Законодательная и нормативная правовая база по организации профилактики и противодействия идеологии экстремизма и терроризма в России. 17. Ответственность за профилактику и противодействие идеологии экстремизму и терроризму в образовательной организации. 18. Психология терроризма. 19. Психология террориста. 20. Психология жертвы терроризма. 21. Характеристика личности экстремиста и террориста. 22. Многофакторная модель формирования сознания террориста. 23. Факторы риска формирования террористического сознания. 24. Универсальные методы вербовки экстремистов и терро-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ристов. 25. Факторы, повышающие эффективность деятельности вербовщиков террористических и экстремистских организаций. 26. Характерные черты психологического портрета экстремиста и террориста. 27. Психология характера экстремиста и террориста. 28. Женщины и терроризм. 29. Психология совершения террористического акта. 30. Потребности индивида – основа приобщения к экстремизму и терроризму. 31. Типы личности террориста, использующего взрывные устройства. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.
2.	Раздел 2. Классификация идеологий современного терроризма и экстремизма, их характеристика, профилактика и противодействие	Устный опрос	1. Понятие политического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 2. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм. 3. Основные идеологические угрозы политического экстремизма и терроризма и их парирование. 4. Фундаментальные причины, объекты и субъекты политического экстремизма и терроризма. 5. Политические потребности – основной источник политического экстремизма и терроризма. 6. Борьба за власть как основа политического экстремизма и терроризма. 7. Фундаментальные направления политического экстремизма и терроризма. 8. Основные тренды политического экстремизма и терроризма. 9. Политический экстремизм и терроризм в современной России. 10. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации. 11. Понятие этнического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 12. Основные идеологические угрозы этнического экстремизма и терроризма и их парирование. 13. Фундаментальные причины, объекты и субъекты этнического экстремизма и терроризма. Идентичность и этнический экстремизм и терроризм. 14. Национализм как идеологическая основа этнического экстремизма и терроризма. 15. Этнический экстремизм и терроризм в современной России. 16. Неонацизм и радикальный национализм. 17. Формы, методы, силы и средства проявления, профилактики и противодействия идеологии этнического экстремизма и терроризма в образовательной организации. 18. Религиозная обстановка в мире и России. 19. Правовое обеспечение свободы вероисповедания. 20. Кластеры взаимоотношений религии и терроризма. 21. Понятие религиозного экстремизма и терроризма: сущ-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 22. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и их парирование. 23. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма. 24. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма. 25. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма. 26. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию. 27. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма. 28. Психология религиозного фундаменталиста. 29. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России. 30. Религиозная секта – субъект религиозного экстремизма и терроризма. 31. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации. 32. Молодежные субкультуры. 33. Молодежь России – объект и субъект радикализации. 34. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации. 35. Потенциально криминальные молодежные субкультуры. 36. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 37. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование. 38. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма. 39. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма. 40. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России. 41. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации. 42. Глобальное развитие информационных технологий. 43. Двойственность роли информационно-коммуникационных технологий. 44. Злоупотребление высокими технологиями как фактор возникновения кибертерроризма. 45. Общая характеристика и отличительные черты кибертерроризма. 46. Способы использования террористами Интернета. 47. Общая характеристики террористических сообществ в Интернете. 48. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также потенциальных исполнителей актов террора. Профилактика и противодействие кибертерроризму в молодежной среде как важная государственная задача по обеспече-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			нию информационной безопасности общества.
3.	Раздел 3. Коррупция и коррупционное поведение – угроза национальной безопасности российской федерации	Устный опрос	1. Понятие, признаки и виды коррупции. 2. Типология и классификация участников коррупционных отношений: коррупционер и корруптер. 3. Основные направления, объемы и методы изучения участников коррупционных отношений. 4. Практическое значение изучения участников коррупционных отношений. 5. Понятие «антикоррупционная политика». 6. Содержание антикоррупционной политики. 7. Классификация антикоррупционной политики по видам. 8. Субъекты антикоррупционной политики: международные, национальные, региональные и муниципальные. 9. Виды, уровни и направления антикоррупционной политики. 10. Проблемы и перспективы реализации национальной антикоррупционной политики. 11. Коррупционные преступления в соответствии с законодательством о противодействии коррупции (определение, содержание) и криминологическая характеристика субъектов коррупционных правонарушений. 12. Административные коррупционные правонарушения. 13. Порядок возмещения вреда гражданину или юридическому лицу в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления либо должностных лиц этих органов, в том числе в результате издания не соответствующего закону или иному правовому акту акта государственного органа или органа местного самоуправления. 14. Вопросы дисциплинарной ответственности государственных служащих за коррупционные правонарушения в системе российского законодательства. 15. Основные этапы разработки и реализации антикоррупционной политики. 16. Выработка стратегии противодействия коррупции. 17. Виды стратегий антикоррупционной политики. 18. Создание специализированных органов противодействия коррупции и реализации антикоррупционной политики.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК -10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма коррупционному поведению и противодействовать им в профессионаольной деятельности	*1-26*
Всего		26

Код контролируемой компетенции: УК-10

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Терроризм:

1) идеология насилия и практика воздействия на принятие решения органами государственной власти, органами публичной власти федеральных территорий, органами местного самоуправления или международными организациями, связанные с устрашением населения и (или) иными формами противоправных насильственных действий;
2) политически мотивированное насилие, совершаемое против конкретных людей и направленное на получение противоправных доходов с целью формирования и поддержания реакционного политического режима;
3) создание устойчивой вооруженной группы в целях нападения на граждан или организации, а равно руководство такой группой;
4) распространение заведомо ложной информации, направленное на формирование искаженного восприятия социальной действительности.

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Контртеррористическая операция:

1) комплекс оперативно-розыскных и следственных действий по выявлению, пресечению, раскрытию и расследованию преступлений, совершенных по мотивам политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо по мотивам ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы;
2) выявление и последующее устранение причин и условий, способствующих совершению террористических актов;
3) комплекс специальных, оперативно-боевых, войсковых и иных мероприятий с применением боевой техники, оружия и специальных средств по пресечению террористического акта, обезвреживанию террористов, обеспечению безопасности физических лиц, организаций и учреждений, а также по минимизации последствий террористического акта;
4) комплекс организационных, практических и юридических мер, направленных на защиту прав и законных интересов граждан, общества и государства путем создания правового механизма противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Противодействие экстремизму – деятельность субъектов противодействия экстремизму, направленная на:

1) выявление и последующее устранение причин экстремистских проявлений;
2) предупреждение, пресечение, раскрытие и расследование преступлений экстремистской направленности;
3) минимизацию и (или) ликвидацию последствий экстремизма;
4) повышение уровня информированности населений о системе профилактики безнадзорности детей и несовершеннолетних.

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Лингвистические появления экстремизма включают:

1) открытые призывы к насилию;
2) завуалированные призывы к насилию и дискриминации;
3) утверждения, заявления о неполноценности этнической или религиозной группы и ее представителях;
4) утверждения о моральных недостатках этнической или религиозной группы;
5) сообщения с упоминанием о национальных традициях или особенностях.

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Террористическая деятельность - деятельность, включающая в себя:

1) организацию, планирование, подготовку, финансирование и реализацию террористического акта;
2) подстрекательство к террористическому акту;
3) организацию незаконного вооруженного формирования, преступного сообщества (преступной организации), организованной группы для реализации террористического акта, а равно участие в такой структуре;
4) вербовку, вооружение, обучение и использование террористов;
5) информационное или иное пособничество в планировании, подготовке или реализации террористического акта;
6) пропаганду идей терроризма, распространение материалов или информации, призывающих к осуществлению террористической деятельности либо обосновывающих или оправдывающих необходимость осуществления такой деятельности;
7) создание устойчивой вооруженной группы (банды) в целях нападения на граждан или организации.

Ответ _____

6. *Прочитайте текст и установите соответствие.*

Текст задания. К каждой позиции, данной в левом столбце *I*, подберите соответствующую позицию из правого столбца *II*

I	***II***
А) *Случайные терро-*	1) *Желают совершить террористический акт, имеют определенные фи-*

I	*II*
ристы.	*зические и психологические характеристики (психическая слабость, дисбаланс и нарушение умственных способностей в отношении абстрактного мышления и использования логики, эгоизм, перепады настроения и др.).* *Эту группу называют «люди с недоразвитой тенденцией», и их можно назвать «террористами по рождению» из-за генетических или приобретенных факторов с детства.*.
Б) *Формирующиеся террористы*.	2) *Принадлежат к среднему классу, обладают способностью поддерживать баланс между своими собственными и социальными потребностями, однако внутренние факторы приводят к нарушению баланса личности, его расстройству и неспособности адаптироваться, что приводит индивида к вступлению в террористическую организацию. Базовыми для данного типа выступают психологические и социальные потребности.*.
В) *Регрессивный фанатик*.	3) *Желает эстетически, социально и политически понять смысл и цель существования, создать утопическое общество, формирующее новую культуру на границе или вне принципов западной современности*.
Г) *Модернист*.	4) С*тремится сберечь от внутренних и внешних врагов традиционное сообщество, мифически задуманное как священный и неизменный космологический и социальный порядок или номос*.

Таблица для заполнения

А	**Б**	**В**	**Г**

7. *Прочитайте текст, сформулируйте правильные ответы и запишите их.*

   Укажите три основные группы фундаментальных факторов риска, способствующих становлению индивида членом террористической организации:
   Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.*

   Причины возникновения и развития терроризма:
   1) политические;
   2) экономические;
   3) социальные;
   4) религиозные;
   5) нравственные;
   6) духовные.

   Ответ: _____
   Обоснование: _____

9. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.*

Тенденции современного терроризма:

1) увеличение количества терактов и уменьшения числа их жертв;
2) расширение географии терроризма, его интернациональный характер, всестороннее использование этно-религиозного фактора;
3) повышение уровня организованности и масштабности, усиление взаимосвязи с организованной преступностью, стремление завладеть ОМП;
4) отказ от идеологии физического насилия, переход к методам «мягкой силы»;
5) использования как инструмента вмешательства во внутренние дела государств, решение задач в завоевании мировых рынков;
6) повышение уровня финансирования, появление новых форм и методов (кибертерроризм), направленных на увеличение масштабов последствий терактов.

Ответ: _____

Обоснование: _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

Террористический акт:

1) совершение взрыва, поджога или иных действий, устрашающих население и создающих опасность гибели человека, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий, в целях дестабилизации деятельности органов власти или международных организаций либо воздействия на принятие ими решений;
2) создание преступного сообщества (преступной организации) в целях совершения одного или нескольких тяжких или особо тяжких преступлений либо руководство преступным сообществом (преступной организацией) или входящими в него (нее) структурными подразделениями;
3) заведомо ложное сообщение о готовящихся взрыве, поджоге или иных действиях, создающих опасность гибели людей, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных общественно опасных последствий, совершенное из хулиганских побуждений.

Ответ: _____

Обоснование: _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.*

Подавляющее большинство (около 80 %) лиц, совершивших преступления экстремистской направленности, это люди в возрасте:

1) старше 30 лет;
2) от 14 до 30 лет;
3) от 30 до 50 лет.

Ответ: _____

Обоснование: _____

12. *Прочитайте текст и установите последовательность.*

Этапы формирования террориста:

1) **Экстремизм**. Готовность к применению насилия, не переходя к его осуществлению.
2) **Терроризм**. Комплекс форм агрессивного поведения на основе идеологии, которая совместно используется, по меньшей мере, ограниченной группой в составе социальной группы.

3) **Радикализм**. Идеология радикализма предполагает введение в поведение расширенного спектра экстремистских действий: от ненасильственных до насильственных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

13. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Универсальные методы вербовки террористов:

1) предполагаемое ложное обещание улучшения благосостояния и экономических условий;
2) использование ловушек с кредитами и наличными;
3) использованием социальных сетей;
4) искаженное использование религии.

Ответ: _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Нормативные правовые акты непосредственно регулирующие вопросы противодействия терроризму:

1) Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ;
2) Уголовный кодекс Российской Федерации;
3) Федеральный закон «О противодействии терроризму» от 06.03.2006 № 35-ФЗ;
4) Указ Президента Российской Федерации «О мерах по совершенствованию государственного управления в области противодействия терроризму» от 26.12.2015 № 664;
5) Конвенция Шанхайской организации сотрудничества против терроризма (Екатеринбург, 16 июня 2009 г.).

Ответ: _____

15. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Характерные черты психологического портрета террориста.

1) жестокость (отчетливо понимает, что обрекает на смерть множество людей);
2) озлобленность (на себя, на общество, на конкретных людей);
3) сострадание к ближним;
4) желание понять другую точку зрения;
5) пережил духовный кризис, имеет психологическую неустойчивость, психические заболевания;
6) вера, что изменит жизнь к лучшему или наоборот отчаяние и безысходность, слабохарактерность.

Ответ: _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Противодействие терроризму:

1) деятельность органов государственной власти;
2) деятельность органов государственной власти, органов публичной власти федеральных территорий и органов местного самоуправления, а также физических и юридических лиц;
3) деятельность правоохранительных органов;
4) деятельность международных организаций.

Ответ: _____

17. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Экстремистская деятельность (экстремизм) включает:

1) насильственное изменение основ конституционного строя и (или) нарушение территориальной целостности Российской Федерации (в том числе отчуждение части территории Российской Федерации), за исключением делимитации, демаркации, редемаркации Государственной границы Российской Федерации с сопредельными государствами;
2) публичное оправдание терроризма и иная террористическая деятельность;
3) возбуждение социальной, расовой, национальной или религиозной розни;
4) пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности человека по признаку его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;
5) нарушение прав, свобод и законных интересов человека и гражданина в зависимости от его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;
6) нарушение права гражданина на доступ к информации о состоянии окружающей среды.

Ответ: _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

При наличии достаточных и предварительно подтвержденных сведений о готовящихся противоправных действиях, содержащих признаки экстремистской деятельности, и при отсутствии оснований для привлечения к уголовной ответственности Генеральный прокурор Российской Федерации или его заместитель либо подчиненный ему соответствующий прокурор или его заместитель направляет руководителю общественного или религиозного объединения, либо руководителю иной организации, а также другим соответствующим лицам:

1) указание;
2) предостережение;
3) согласование;
4) пролонгацию.

Ответ: _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Место массового пребывания людей – специально отведенная территория (место) общего пользования …, на которой одновременно находится более ___ человек:

1) 25;
2) 30;
3) 50.

Ответ: _____

20. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Противодействие терроризму - деятельность по:

1) снижению рисков формирования убеждений относительно устойчивости защищенности естественной экологической среды;

2) предупреждению терроризма, в том числе по выявлению и последующему устранению причин и условий, способствующих совершению террористических актов (профилактика терроризма);
3) выявлению, предупреждению, пресечению, раскрытию и расследованию террористического акта (борьба с терроризмом);
4) минимизации и (или) ликвидации последствий проявлений терроризма.

Ответ: _____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

21. На требование о возмещении вреда, причиненного в результате террористического акта жизни или здоровью граждан, исковая давность:
1) не распространяется;
2) распространяется;
3) не распространяется в случае несовершеннолетия потерпевшего.

Ответ: _____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Срок исковой давности по требованиям о возмещении вреда, причиненного имуществу в результате террористического акта, устанавливается в пределах сроков:
1) давности исполнения обвинительного приговора;
2) давности привлечения к уголовной ответственности за совершение указанного преступления;
3) исковой давности.

Ответ: _____

23. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Возмещение вреда, включая моральный вред, причиненного в результате террористического акта, осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о гражданском судопроизводстве, за счет средств:
1) лица, совершившего террористический акт;
2) его близких родственников;
3) родственников и близких лиц;
4) знакомых,

при наличии достаточных оснований полагать, что деньги, ценности и иное имущество получены ими в результате террористической деятельности и (или) являются доходом от такого имущества.

Ответ: _____

24. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Потенциально криминальные субкультуры:
1) любители фигурного катания;
2) скинхеды;
3) гопники;
4) сатанисты;

Ответ: _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Особенности применения законодательства Российской Федерации о противодействии экстремистской деятельности в отношении религиозных текстов:

1) имеет обратную силу;
2) имеет экстерриториальную юрисдикцию;
3) не имеет обратной силы;
4) Библия, Коран, Танах и Ганджур, их содержание и цитаты из них не могут быть признаны экстремистскими материалами.

Ответ: _____

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

«Левый» политический экстремизм и терроризм:

1) придерживается «либеральных» или «прогрессивных» взглядов (желание изменить объект способами, которые ранее не были опробованы), основываясь на убеждении, что люди в основном хороши, и правительство несет ответственность за всех его граждан в определенной степени;
2) пропагандирует «консервативные» или «регрессивные» взгляды (желание оставаться неизменным или возвратиться к тому, какие они были ранее). Характеризуются верой в естественную эгоистичную природу людей и мнением, что достижение цели эквивалентно стоимости;
3) придерживается позиции, согласно которой отрицается необходимость принудительного управления и власти человека над человеком.

Ответ: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПРАВОВЕДЕНИЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
1.	**Раздел 1. Теория государства и права**	**контрольная работа**	1. Теории происхождения государства. 2. Понятие и сущность государства, его признаки и функции. 3. Механизм государства, его органы и их характеристика (на примере РФ). 4. Правовое государство 5. Сущность права, его признаки, функции. Принципы права. 6. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц. 7. Понятие и структурные элементы системы права. Система законодательства. Основные правовые системы современности. 8. Формы права. 9. Правовые отношения в обществе: понятие, структура, содержание. 10. Норма права в системе социальных норм. Их виды и способы изложения. 11. Законность и правопорядок 12. Международное право, как особая система права. 13. Правонарушение. Виды правонарушений. 14. Юридическая ответственность, её принципы, цели и виды.
2.	**Раздел 2. Отраслевое законодательство РФ**	**контрольная работа**	1. Понятие конституционного права, его предмет, метод, принципы, субъекты и источники. 2. Особенности норм конституционного права. 3. Характеристика Конституции РФ. 4. Конституционно-правовой статус личности. 5. Правовые основы гражданства РФ. Понятие и принципы российского гражданства; порядок его приобретения и прекращения.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			6. Понятие, предмет, принципы, субъекты, источники и система административного права РФ. 7. Характеристика административных правоотношений. Виды административно-правовых норм и их особенности. 8. Государственное управление: понятие, органы, правовое регулирование. 9. Понятие и структура гражданского правоотношения. Лица в гражданском праве. 10. Право собственности. Порядок приобретения и прекращения. 11. Гражданско-правовые сделки, их виды, условия действительности. 12. Договоры, классификация договоров, порядок заключения и расторжения. 13. Обязательства: понятие, виды, ответственность за нарушение обязательств. Способы обеспечения обязательств. 14. Наследственное право РФ: общие положения. Наследованию по закону. Наследование по завещанию. Принятие и отказ от наследства. 15. Понятие брака, порядок заключения и прекращения брака. 16. Личные неимущественные и имущественные права и обязанности супругов. Брачный договор. 17. Права и обязанности супругов, родителей и детей: понятие, виды. Алиментные обязательства членов семьи. 18. Административные правонарушения: понятие и виды. 19. Административная ответственность и административное наказание. Виды административных наказаний. 20. Понятие, предмет, задачи и принципы, источники уголовного права. 21. Понятие преступления, его признаки и категории. 22. Состав преступления. 23. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. 24. Уголовная ответственность, уголовное наказание. Основания освобождения от уголовной ответственности и наказания.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы рубежного контроля
			25. Понятие и формы соучастия. Виды соучастников. 26. Основы стратегии противодействия экстремизму в РФ. 27. Юридические основы противодействия терроризму в РФ. 28. Юридические основы противодействия коррупции в РФ. 29. Особенности российского уголовного законодательства, направленного против экстремизма и терроризма. 30. Особенности российского уголовного законодательства, направленного против коррупции.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 3)
Заочная форма обучения (Курс 2, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
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	*1-13*
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	*14-26*
Всего		26

Тестовые задания:

Код контролируемой компетенции: УК-2

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В течение какого срока со дня открытия наследства может быть, по общему правилу, принято наследство?

1. *6 месяцев*
2. *3 месяцев*
3. *1 месяца*
4. *1 года*

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Структура нормы права включает следующие элементы:

1. *гипотеза, санкция*
2. *санкция, диспозиция*
3. *гипотеза, диспозиция, санкция*
4. *гипотеза, диспозиция, санкция, преюдиция*

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

По общему правилу ежегодный оплачиваемый отпуск составляет:

1. *28 календарных дней*
2. *21 календарный день*
3. *32 календарных дня*
4. *42 календарных дня*

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какая из перечисленных форм ответственности не является юридической?

1. *общественное порицание*
2. *предупреждение*
3. *арест*
4. *штраф*

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какая форма правления характерна для России?

1. *демократическая*
2. *республика*
3. *федеративная*
4. *народная*

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В Российской Федерации установлен _____ режим

1. *демократический*
2. *федеративный*
3. *республиканский*
4. *авторитарный*

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Орган законодательной власти в Российской Федерации:

1. *Государственная дума*
2. *Федеративное собрание*
3. *Федеральное собрание*
4. *Совет федерации*

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

По форме государственного устройства Россия является:

1. *федерацией*
2. *республикой*
3. *демократией*
4. *светским государством*

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какие правомочия составляют содержание права собственности?

1. *Владение, использование, распоряжение*
2. *Владение, пользование, распоряжение*
3. *Владение, пользование, продажа*
4. *Пользование, продажа, дарение*

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какие способы приобретения права собственности НЕ относятся к первоначальным?

1. *договор*
2. *переработка*
3. *сбор*
4. *добыча*

Ответ _____

11. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Кто являлся представителем теологической (божественной, религиозной) теории происхождения государства?
(перечислите минимум двух представителей)
Ответ _____

12. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Сторонники какой теории происхождения государства указывали на то, что люди – существа коллективные, стремящиеся к взаимному общению, приводящему к возникновению семьи?
Ответ _____

13. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Какие свои символы может иметь каждое государство, которые призваны обозначать носителей государственной власти, принадлежность чего-либо к государству?
Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-10

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какой орган осуществляет признание брака недействительным?

1. *суд*
2. *прокуратура*
3. *опека*
4. *юстиция*

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

По истечении какого периода времени после поступления на новую работу у работника возникает право на отпуск?

1. *1 года*
2. *6 месяцев*
3. *9 месяцев*
4. *3 месяцев*

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

С какого возраста, по общему правилу, граждане приобретают дееспособность в полном объеме?

1. *14 лет*

2. *18 лет*
3. *16 лет*
4. *21 года*

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

С какого дня вступает в силу брачный договор, заключенный до государственной регистрации заключения брака?

1. *со дня, указанном в брачном договоре*
2. *со дня государственной регистрации заключения брака*
3. *по истечении 10 дней с момента заключения брачного договора*
4. *по истечении 3 дней с момента заключения брачного договора*

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Совокупность приемов, способов и средств воздействия норм права на регулируемые ими отношения – это:

1. *предмет*
2. *метод*
3. *объект*
4. *содержание*

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Способность субъекта своими действиями приобретать и осуществлять права, создавать для себя обязанности и осуществлять их, в том числе нести самостоятельную юридическую ответственность — это:

1. *правоспособность*
2. *дееспособность*
3. *сделкоспособность*
4. *деликтоспособность*

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Срок испытания при приеме на работу по общему правилу не может превышать:

1. *1 месяца*
2. *3 месяцев*
3. *2 месяцев*
4. *2 недель*

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что образует содержание правоотношения?

1. *права и обязанности*
2. *права, обязанности, субъект*
3. *права, обязанности, субъект, объект*
4. *субъект, объект*

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей – это:

1. *сделка*
2. *правоспособность*
3. *дееспособность*
4. *договор*

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В основе деления системы права на отрасли лежит:

1. *предмет и метод правового регулирования*
2. *субъект и объект правового регулирования*
3. *общественные отношения*
4. *система законодательства*

Ответ _____

24. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Из каких структурных элементов состоит государственная власть?
(перечислите все структурные элементы)
Ответ _____

25. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Какие формы осуществления государственной власти вы знаете?
(перечислите все формы осуществления государственной власти)
Ответ _____

26. *Прочитайте текст и запишите ответ*

В основе какого подхода лежат свойства общественно-экономических формаций, отражающие влияние на природу государства экономического базиса и надстройки?
Ответ _____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	Эссе	**Темы эссе:** Структура и функции рекламы и связей с общественностью в теории и практике Основные модели связей с общественностью: какие являются рабочими? Профессиональная терминология: в чем польза для специалиста PCO? Профессиональный тезаурус PCO: есть ли в нем польза?
		Эссе	**Темы эссе:** Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью: необходимость или условность? Что нам делать в профессии? Основные профессиональные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью Какие функции в PCO вам ближе и почему? (на выбор: Функции креативного директора. Функции арт- директора. Функции главы коммуникационного агентства). Какими нам быть? Особенности профессиограммы специалиста по рекламе и СО.
2	Раздел 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	Эссе	**Темы эссе:** Группы влияния в деятельности по связям с общественностью: что они могут Журналисты как ключевая аудитория: каковы особенности? Инвесторы в PCO: как с ними ладить Айти-поддержка PCO: подводные камни и показатели эффективности
		Эссе	**Темы эссе:** Этические кодексы в PCO: навязанные или возникшие закономерно? Секреты эффективного коллектива в PCO: в чем они ? Социальный контроль деятельности PCO: помощь или препятствие для профи? Информационное обеспечение мероприятий: как не завалить дело

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Роль рекламы в современном мире. 2. Становление института PR в современной России. Классификация периодов развития российских связей с общественностью. 3. Цели и функции рекламной деятельности. 4. Участники рекламного процесса и формы их взаимодействия. 5. Паблик рилейшнз как профессиональная коммуникативная деятельность. 6. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. 7. Функциональные различия между PR и рекламой. Коммуникативные характеристики паблик рилейшнз и рекламы. 8. Структура коммуникационного процесса в паблик рилейшнз и рекламной деятельности. 9. Связи с общественностью как социальный институт. 10. Субъект и объект паблик рилейшнз. Специфика «базисного субъекта» и «технологического субъекта» связей с общественностью. 11. Цель и задачи паблик рилейшнз. 12. Паблик рилейшнз как управленческая деятельность. 13. Комплекс функций паблик рилейшнз как социального института. 14. Понятие «общественность» в теории паблик рилейшнз. 15. Общественность как субстанциальный субъект публичной сферы. 16. Управление общественным мнением как задача паблик рилейшнз. 17. Модель открытой системы паблик рилейшнз.
ОПК-6	1. Информационное и маркетинговое право как инструмент регулирования деятельности связей с общественностью. 2. Воздействие процесса демассификации на рекламную деятельность. 3. Информация как объект правовых отношений. 4. Связи с общественностью и законодательство РФ в сфере информационной деятельности. 5. Правовые основы управления информацией в предвыборные периоды. 6. Виды регулирования рекламной деятельности. Основные положения Закона РФ «О рекламе». 7. Международные правовые акты и практика деятельности связей с общественностью. 8. Основы профессиональной этики связей с общественностью Кодексы профессионального поведения и этики PR. 9. Российские организации, осуществляющие общественное

	регулирование, их функции 10. Отличительные черты рекламной и PR-кампании. 11. PR-программа как основа информационно-коммуникационной стратегии организации. 12. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании. 13. Определение ключевых объектов инвестирования. Четыре составляющих PR-бюджета. 14. Методы и технологии PR и рекламы. 15. Критерии эффективности рекламной и PR-кампаний. 16. Классификация рекламных кампаний. 17. Понятие комплексной рекламной кампании. 18. Понятие и формат рекламной концепции.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
28.02.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Введение в рекламу и связи с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Введение в рекламу и связи с общественностью» разработана рабочей группой в составе:
канд. экон. наук, доцента Крюковой Е.М.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры
Коммуникационного менеджмента и управления отношениями
(наименование кафедры)

Протокол № 8 от «28» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
Д-р.экон.наук, профессор  Д.А. Шевченко

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 13
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 13
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 13
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 16
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 16
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 18
5.1.1. Основная литература 18
5.1.2. Дополнительная литература 18
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 19
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 20
5.4.1. Средства информационных технологий 20
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 21
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 21
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 21
5.6. Образовательные технологии 22
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 23

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью как социального процесса и бизнес-процесса с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины(модуля):

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах рекламы и связей с общественностью

2. овладение навыками практического использования технологий рекламы и связей с общественностью;

3.формирование представлений о формах, методах, направлениях рекламы и связей с общественностью;

4. приобретение навыков внедрения эффективных стандартов рекламы и связей с общественностью в практику деятельности компании.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-2; ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Общество и государство	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. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития 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: 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
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания	Знать: принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение

		текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	8			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	60	60			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
РАЗДЕЛ 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	33	17	16	6		6				4	
Тема 1.1. Профессиональные требования к специалистам по связям с общественностью	20	10	10	4		4				2	
Тема 1.2. Организационные формы деятельности PR - структур и служб	13	7	6	2		2				2	
РАЗДЕЛ 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	30	10	20	8		8				4	
Тема 2.1. Составные части и направления профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью	15	5	10	4		4				2	
Тема 2.2. Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью	15	5	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Форма промежуточной аттестации	**Зачёт**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**		**14**				***8***	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1 Сессия 1-2)											
РАЗДЕЛ 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Профессиональные требования к специалистам по связям с общественностью	17	15	2	2							
Тема 1.2. Организационные формы деятельности PR - структур и служб	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Составные части и направления профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью	17	15	2	2							
Тема 2.2. Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Форма промежуточной аттестации	**Зачёт**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела

Тема 1.1. Профессиональные требования к специалистам по связям с общественностью

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные профессиональные качества специалиста по рекламе связям с общественностью Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью: Кодексы профессиональных стандартов PRSA, IPRA, CEPR. Кодекс PACO. Региональные корпоративные документы

Тема 1.2. Организационные формы деятельности рекламных и PR -структур и служб

Перечень изучаемых элементов содержания

Элементы корпоративной инфраструктуры: Типовое агентство по рекламе и связям с общественностью: структура, функции, кадровое обеспечение. Отдел (управление) по связям с общественностью: структура, функции, кадровое обеспечение

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Требования к организации рекламного и пиар-дела

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа

Темы дискуссии

Особенности профессиограммы специалиста по рекламе и СО.

Основные профессиональные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью

Функции креативного директора.

Функции генерального директора.

Функции главы коммуникационного агентства.

Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью.

Темы контрольных работ

Пресс-центр, пресс-бюро: структура, функции, кадровое обеспечение.

Типология специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Пресс-секретарь: задачи, функции

Спичрайтер: задачи, функции

Копирайтер : задачи, функции

Аккаунт-менеджер: задачи, функции

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – эссе

РАЗДЕЛ 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью

Тема 2.1. Составные части и направления профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью

Перечень изучаемых элементов содержания

Связи с общественностью в политике в государственном управлении: миссия и основные направления Связи с общественностью в бизнесе: миссия и основные направления Связи с общественностью в гражданском секторе. Общественные организации. Сферы и направления рекламы

Тема 2.2. Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью

Перечень изучаемых элементов содержания

Социальный контекст в связях с общественностью: типология групп. Понятие целевой аудитории. Виды целевых аудиторий. Понятие ключевой аудитории. Характеристика ключевых аудиторий Группы влияния в деятельности по связям с общественностью. Базовые принципы описания целевой аудитории. Журналисты как ключевая аудитория

Практические задания к разделу 2

Тема практических занятий: Направления деятельности рекламы и связей с общественностью

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа

Темы дискуссии

Связи с общественностью в политике в государственном управлении

Связи с общественностью в бизнесе

Связи с общественностью в гражданском секторе.

Социальная реклама

Реклама брендов.

Региональная реклама.

Темы контрольных работ

Группы влияния в деятельности по связям с общественностью.

Базовые принципы описания целевой аудитории.
Журналисты как ключевая аудитория
Инвесторы как аудитория
Органы власти как аудитория
Общественные организации как аудитория
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – эссе

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
Раздел 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	5	Подготовка контрольной работы
	5	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	7	Подготовка контрольной работы
	10	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	**27**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**27**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (курс 1 сессия 1-2)		
Раздел 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	15	Подготовка контрольной работы
	15	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	15	Подготовка контрольной работы
	15	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	**60**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**60**	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Маркетинг (Marketing) – процесс планирования и …
2. Особенности профессиограммы специалиста по рекламе и СО.
3. Основные профессиональные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью
4. Начальник отдела маркетинга организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий
5. Менеджер по рекламе в электронных и печатных средствах массовой информации

6. Аккаунт-менеджмент называют также Client service
7. Задача аккаунт - менеджера
8. Функции креативного директора.
9. Креативность (Creativity)
10. Функции арт-директора
11. Аккаунт-менеджмент называют также Client service

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1

1. Характеристика использования в бизнесе рекламы
2. Характеристика использования в бизнесе рекламодателя
3. Характеристика использования в бизнесе рекламопроизводителя
4. Характеристика использования в бизнесе рекламораспространителя
5. Характеристика использования в бизнесе глобальной рекламы
6. Определение реклама государственного сектора
7. Характеристика использования в бизнесе деловой рекламы
8. Характеристика использования в бизнесе демонстрационной рекламы
9. Характеристика использования в бизнесе эпатажной рекламы
10. Характеристика использования в бизнесе цифровой и онлайн-рекламы

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1

Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3745-2. – DOI 10.23681/701349. – Текст : электронный.
2. Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068 (дата обращения: 24.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=75058528
3. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/568421
2. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 484 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559757

4. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 (дата обращения: 18.01.2025). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Управление репутацией в Интернете
2. Сформировать с нуля или скорректировать имидж ГМУ, его бренда , как?
3. Повысить узнаваемость бренда, как?
4. Привлечь внимание новой целевой аудитории, как?
5. Увеличить лояльность текущей аудитории, как?
6. Предупредить кризисные ситуации, отражать информационные атаки или ликвидировать их последствия, , как?
7. Определить точки роста, скорректировать стратегию продвижения бренда ГМУ в интернете.
8. Социальная реклама
9. Реклама брендов.
10. Региональная реклама.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Влиятельным лицом может быть популярный модный фотограф в ВК?
2. В любой отрасли есть влиятельные люди?
3. Тенденции и кампании в социальных сетях
4. Социальные сети
5. Посредством публикаций в социальных сетях правительство может донести свое послание тремя способами ….
6. Любой сторителлинг вообще — это …..
7. В контексте ГМУ сторителлинг — это …….
8. Использование сторителлинга в связях с общественностью в правительстве позволяет PR-менеджерам …..
9. Развитие и поддержание связей со СМИ.
10. Специалист по PR ГМУ …..

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2

Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3745-2. – DOI 10.23681/701349. – Текст : электронный.
2. Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068 (дата обращения: 24.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=75058528
3. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/568421
2. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 484 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559757
4. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 (дата обращения: 18.01.2025). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

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

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным

профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Требования к организации рекламного и пиар-дела	ОПК - 2	Эссе	**Темы эссе:** Структура и функции рекламы и связей с общественностью в теории и практике Основные модели связей с общественностью: какие являются рабочими? Профессиональная терминология: в чем польза для специалиста PCO? Профессиональный тезаурус PCO: есть ли в нем польза?
		ОПК - 6	Эссе	**Темы эссе:** Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью: необходимость или условность? Что нам делать в профессии? Основные профессиональные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью Какие функции в PCO вам ближе и почему? (на выбор: Функции креативного директора. Функции арт- директора. Функции главы коммуникационного агентства). Какими нам быть? Особенности профессиограммы специалиста по рекламе и СО.
2	Раздел 2. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	ОПК - 2	Эссе	**Темы эссе:** Группы влияния в деятельности по связям с общественностью: что они могут Журналисты как ключевая аудитория: каковы особенности? Инвесторы в PCO: как с ними ладить Айти-поддержка PCO: подводные камни и показатели эффективности
		ОПК - 6	Эссе	**Темы эссе:** Этические кодексы в PCO: навязанные или возникшие закономерно? Секреты эффективного коллектива в PCO: в чем они ? Социальный контроль деятельности PCO: помощь или препятствие для профи? Информационное обеспечение мероприятий: как не завалить дело

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Роль рекламы в современном мире. 2. Становление института PR в современной России. Классификация периодов развития российских связей с общественностью. 3. Цели и функции рекламной деятельности. 4. Участники рекламного процесса и формы их взаимодействия. 5. Паблик рилейшнз как профессиональная коммуникативная деятельность. 6. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. 7. Функциональные различия между PR и рекламой. Коммуникативные характеристики паблик рилейшнз и рекламы. 8. Структура коммуникационного процесса в паблик рилейшнз и рекламной деятельности. 9. Связи с общественностью как социальный институт. 10. Субъект и объект паблик рилейшнз. Специфика «базисного субъекта» и «технологического субъекта» связей с общественностью. 11. Цель и задачи паблик рилейшнз. 12. Паблик рилейшнз как управленческая деятельность. 13. Комплекс функций паблик рилейшнз как социального института. 14. Понятие «общественность» в теории паблик рилейшнз. 15. Общественность как субстанциальный субъект публичной сферы. 16. Управление общественным мнением как задача паблик рилейшнз. 17. Модель открытой системы паблик рилейшнз.
ОПК-6	1. Информационное и маркетинговое право как инструмент регулирования деятельности связей с общественностью. 2. Воздействие процесса демассификации на рекламную деятельность. 3. Информация как объект правовых отношений. 4. Связи с общественностью и законодательство РФ в сфере информационной деятельности. 5. Правовые основы управления информацией в предвыборные периоды. 6. Виды регулирования рекламной деятельности. Основные положения Закона РФ «О рекламе». 7. Международные правовые акты и практика деятельности связей с общественностью. 8. Основы профессиональной этики связей с общественностью Кодексы профессионального поведения и этики PR. 9. Российские организации, осуществляющие общественное

	регулирование, их функции 10. Отличительные черты рекламной и PR-кампании. 11. PR-программа как основа информационно-коммуникационной стратегии организации. 12. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании. 13. Определение ключевых объектов инвестирования. Четыре составляющих PR-бюджета. 14. Методы и технологии PR и рекламы. 15. Критерии эффективности рекламной и PR-кампаний. 16. Классификация рекламных кампаний. 17. Понятие комплексной рекламной кампании. 18. Понятие и формат рекламной концепции.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. основная литература

1. *Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3745-2. – DOI 10.23681/701349. – Текст : электронный.*
2. *Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068 (дата обращения: 24.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=75058528*
3. *Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.*

5.1.2. Дополнительная литература

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/568421
2. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 484 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870 (дата обращения: 18.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559757

4. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 (дата обращения: 18.01.2025). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, вебинар, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	*	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	*	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института	Реферат, Устный опрос	Темы рефератов: 1. «Протореклама»: история появления и развития в период античности; 2. Устная и письменная реклама в эпоху античности; 3. Истоки основных рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции; 4. Средневековый город как рекламное пространство; 5. Основные условия становления устной рекламы в качестве ведущей формы рекламирования в западноевропейской средневековой культуре; 6. Институт глашатаев. Его роль и значение в средневековом европейском обществе; 7. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей средневекового города; 8. Религиозные и цеховые демонстративные акции – прообраз будущих рекламных акций; 9. Маркировка изделий: цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика; 10. Изобретение печати и его роль в развитии рекламной деятельности в средневековой Европе; 11. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши; 12. Индустриальный переворот Х1Х в. и его влияние на развитие рекламы; 13. Развитие рекламного процесса в Х1Х в. странах Западной Европы: Англии,

			Франции, Германии; 14. Реклама как социальный институт общества потребления; 15. Особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в. Устный опрос: 1. Какие значения слова «реклама» вы знаете? 2. Какие коммуникативные технологии вам известны? 3. Что такое «протореклама» и какие процессы способствовали ее появлению? 4. Каковы были проявления проторекламы в конфессиональной, социально-политической и ремесленнической сферах деятельности? 5. Каковы были античные истоки основных рекламных жанров: афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции? 6. Какую роль играла реклама в различных сферах жизнедеятельности античных полисов? 7. Почему устная реклама стала ведущей формой рекламирования в западноевропейской средневековой культуре? 8. Какую роль играл институт глашатаев в средневековом европейском обществе? 9. Какую роль сыграло изобретение печати в развитии рекламной деятельности? 10. Какова была роль индустриального переворота X1X в. в развитии и расширении потребительских практик? 11. В чем заключалась сущность перелома, произошедшего в развитии рекламного процесса в X1X в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии. 12. Охарактеризуйте особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.
2.	Раздел 2. Коммерческий копирайтинг. Создание	Реферат, Устный опрос	Реферат 1. Российская «протореклама» и ее истоки; 2. Возникновение рекламы на Руси; 3. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси. Ярмарочные рекламные интермедии; 4. Лубочные традиции в российской рекламе;

	коммерческого предложения. Юридические аспекты копирайтинга.		5. Устные и зрелищные жанры российской рекламы XVII - XVIII вв; 6. Проблемы вербализации вывесок в XIX в. в России. Живописная вывеска в России: история появления и развития; 7. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в.; 8. Реклама в российской прессе: история развития; 9. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX-XX вв.; 10. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX вв.; 11. Государственное регулирование отечественной рекламы в Х1Х в.; 12. Теоретическое осмысление российской рекламы как социального феномена (конец XIX в. – начало XX в.). Устный опрос 1. Каковы истоки российской «проторекламы»? 2. Какие устные и зрелищные жанры были характерны для российской рекламы в XVII - XVIII вв.? 3. Как проходило развитие прессы и печатной рекламы в России в Х1Х – начале XX в.? 4. Как развивалась отечественная реклама в первой половине XX в.? 5. Какие изменения в содержании и формах рекламы произошли с переходом к рыночной экономике? 6. Как осуществляется правовое и корпоративное регулирование рекламной сферы в современной России?
3	Раздел 3. Монетизация в копирайтинге	Реферат, Устный опрос	Реферат 1. Теории маркетингового управления и их эволюция; 2. Особенности влияние глубинных процессов развития производства и рынка на эволюцию маркетинга; 3. Социально-этический маркетинг и его содержание; 4. Стратегическая концепция маркетинга и ее содержание; 5. Глубинные изменения в структуре производительныхсил общества и их отражение в стратегической концепции маркетинга; 6. Модель «4-Р» и ее основные особенности;

			7. Этапы эволюции маркетинга как науки; 8. Основные этапы развития маркетинга в России. 9. Основные цели и задачи маркетинга в современной России. 10. Основным принципам маркетинга в современных условиях. Устный опрос 1. С чем связано появление теории маркетингового управления? 2. Какие концепции маркетинга Вы знаете? 3. В чем смысл и значение производственной, сбытовой и потребительской концепции? 4. С какими глубинными процессами в механизме развития производства и рынка связана эволюция концепции маркетинга? 5. Раскройте содержание социально-этического маркетинга? 6. Как утверждение рыночной концепции сказалось на организационной структуре управления предприятием? 7. Каково содержание стратегической концепции маркетинга?

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-3	1. Историческая обусловленность возникновения и развития рекламы. 2. Роль изобретения печати в развитии рекламной деятельности. 3. Индустриальный переворот XIX века и коренные изменения в развитии рекламного процесса. 4. Реклама как социальный институт общества потребления 5. Влияние идей психологических школ XX века на стратегии рекламных кампаний. 6. Современная реклама и основные тенденции ее развития в XX1 в. 7. Виды и жанры современной рекламы. 8. Политическая реклама в России и мире в XX1 в. 9. Социальная реклама в России и мире в XX1 в. 10. Миссия и идеологические функции рекламы в современном мире. 11. Информационные бюро – предшественники рекламных агентств. 12. Первые рекламные кампании. 13. Появление общенациональной рекламы от имени производителей. 14. Реклама в электронных СМИ: технологии, проблемы и перспективы. 15. Постсоветский период развития отечественной рекламы. 16. Шедевры современного отечественного рекламного искусства. 17. Предпосылки возникновения рекламы и PR. 18. История использования знаков и символов для коммуникации. 19. Протореклама и ее формы в Древнем мире и в античном обществе. 20. Протоформы связей с общественностью в Древнем мире 21. Конфессиональная, политическая реклама в античности. 22. Реклама и связи с общественностью в западноевропейской средневековой культуре. 23. Институциализированные и фольклорные формы рекламы.

	24. Религиозная реклама. 25. Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского государства. 26. Реклама в России от Средневековья к Новому времени. 27. Изобретение типографского станка как фактор развития рекламы в Западной Европе 28. Рекламная функция типографских эмблем и экслибрисов. 29. Информационные бюро Европы 17 в. как прообраз комплексного агентства. 30. Развитие связей с общественностью в Западной Европе в XIX в. 31. Североамериканская реклама и PR в XIX - начале XX века. 32. Основные хронологические этапы развития рекламы в США XVIII-XIX веков. 33. Развитие западноевропейской рекламы и PR в XIX веке. 34. Особенности развития рекламного дела в Англии. 35. Реклама во Франции в XIX веке. 36. Развитие рекламного процесса в Германии в XIX веке 37. Этапы становления и развития связей с общественностью в Америке XIX-XX веков 38. Реклама и PR в России в XIX - начале XX века. 39. Фабричные марки и торговые знаки в России в XIX - начале XX века. 40. Плакатное творчество рубежа XIX—XX веков. 41. Фотореклама в начале XX века в России. 42. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века. 43. Связи с общественностью в России в XIX - начале XX. 44. Реклама и связи с общественностью в советское время. 45. Плакатная реклама во времена НЭПа. 46. Социальная и государственная реклама и пропаганда в Великую Отечественную войну 47. Послевоенная реклама СССР. 48. Политическая и социальная реклама 90-ых. 49. Зарубежная реклама и PR во второй половине XX века. 50. Современная российская и зарубежная реклама и СО в эпоху цифровых медиа и Интернета 51. Связи с общественностью в России и за рубежом конца XX - нач. XXI века 52. Возникновение и развитие ТВ-рекламы.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОБЩАЯ ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Введение в общую теорию коммуникации	Контрольная работа	Основные методологические подходы в теории коммуникации Типы, уровни и виды коммуникации Основные классификации коммуникации
		Контрольная работа	Модель коммуникации Г.Лассуэла Теоретические и практические модели коммуникации Стадии коммуникационного процесса. Структура речевой коммуникации
2.	Раздел 2. Виды и формы коммуникации	Контрольная работа	Факторы эффективности межличностной коммуникации Коммуникативные барьеры: понятие, типология, характеристика Семиотика языка. Семиотическое членение: синтактика, семантика, прагматика
		Контрольная работа	Коммуникации в педагогическом общении, коммуникация в организациях Коммуникация как функция управления организацией Особенности внутренних коммуникаций в организации
3	Раздел 3. Уровни коммуникации: межличностна, групповая, массовая	Контрольная работа	Виды коммуникаций в организациях Формы деловой коммуникации в организации Особенности маркетинговых коммуникаций в сети интернет
		Контрольная работа	Структура, средства и модели политической коммуникации в информационном обществе Электоральная политическая коммуникация Политическая коммуникация и социальные сети

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория. 2. Аргументация в коммуникативном процессе. 3. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса. 4. Целевая аудитория и ключевые сообщения. 5. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». 6. Основные составляющие социальной коммуникации. 7. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации. 8. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации. 9. Коммуникативные революции. 10. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций. 11. Классическая парадигма коммуникации. 12. Новая коммуникативная стратегия. 13. Теория коммуникативной компетенции. 14. Коммуникативное пространство и его виды. 15. Что такое социальный коммуникативный акт? 16. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. 17. Виды коммуникации. 18. Функции массовой коммуникации. 19. Средства коммуникации. 20. Представление о коммуникации как о процессе и структуре. 21. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации. 22. Сущность и функции межличностной коммуникации. 23. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. 24. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. 25. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе. 26. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации. 27. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.

ОПК-6	1. Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации. 2. Законы теории коммуникации. 3. Ораторское искусство как средство развития коммуникации. Коммуникация в средневековье. 4. Коммуникация в эпоху Возрождения и Нового времени. Герментевтика. 5. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм. 6. Язык как естественный вид коммуникации. 7. Соотношение языка и речи. 8. Семиотика — наука о знаках. Знак. Треугиольник Фреге 9. Индексальные знаки.Иконические знаки. 10. Символические знаки. 11. Семантика. 12. Синтактика. 13. Прагматика. 14. Понятие невербальной коммуникации. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации. 15. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. 16. Мимика. 17. Жесты. 18. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. 19. Позы и походка. Контакт глаз 20. Межличностная коммуникация. 21. Специфика коммуникационного уровня Проблемы говорения и слушания. 22. Коммуникация в малой группе. 23. Специфика коммуникационного уровня. 24. Особенности группы. Лидер мнения 25. Массовая коммуникация. 26. Специфика коммуникационного уровня. 27. Особенности массовой коммуникации. 28. Виды профессионально-ориентированной коммуникации. 29. Политическая коммуникация. 30. Публичная коммуникация 31. Межкультурная коммуникация. 32. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR 33. Опыт коммуникации в журналистике 34. Профессиональная коммуникация 35. Коммуникация в литературе 36. Коммуникация и «новые медиа»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРАКТИКУМ АНАЛИЗ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Визуальная коммуникация как базовая коммуникативная парадигма в современном обществе	Контрольная работа	Темы: 1. Что означает термин «Big Data» в информационных технологиях? 2. Что является основной целью обработки Big Data? 3. Кто и в каком году впервые ввел термин «Big Data»? 4. Какие главные характеристики Big Data? 5. Какие данные занимают больше мировой памяти относительно остальных?
		Контрольная работа	На основе собственного набора образцов слайдов необходимо создать презентацию на любую содержательную тему. Презентация должна содержать не менее 7 слайдов по теме, включая заголовочный слайд и 2 слайда заголовков разделов. Слайды должны содержать не менее 5 содержательно наполненных объектов смарт-арт.
2	Раздел 2. Введение в анализ данных	Контрольная работа	Темы: Виды современных электронных документов и технологии их анализа Визуальные электронные документы: технологии создания и возможности контент-анализа для их обработки Формулирование гипотезы и создание выборки исследования Разработка классификатора исследования и кодирование в нем анализируемых документов

			Обработка данных и формулирование выводов по теме исследования
		Контрольная работа	Провести контент-аналитическое исследование визуальных электронных документов размещенных в глобальной сети Интернет в рамках группового проекта. Представить полученные результаты исследования в виде презентации. Требования к презентации: Подготовить 5-ти минутную презентацию на тему «Образ N по материалам контент-анализа визуальных источников в глобальной сети Интернет». Первый слайд – титульный. Обязательно указать: название Института, название кафедры (информационных технологий в гуманитарных исследованиях), ФИО студентов, участвующих в проекте, курс, направление подготовки, название выступления. Последующие слайды должны содержать описание гипотезы, цели исследования, источников исследования (количество, за какие годы произведена выборка, в какой поисковой машине), метода исследования, программы для анализа. Затем представить получившиеся данные на 5-ти любых круговых и (или) столбчатых диаграммах, сопроводив их соответствующими характерными фотографиями из выборки. На последнем слайде «Выводы»

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Какие понятия содержит в себе принцип трех "V"? 2. С какого года Большие данные изучаются как академический предмет в вузовских программах по науке о данных? 3. Что является примером квази-структурированных данных? 4. Как назывался первый суперкомпьютер, оснащенный вопросно-ответной системой искусственного интеллекта? 5. Презентация – язык современной коммуникации. 6. Последовательность слайдов и сюжетная канва презентации. 7. Принцип S-образной кривой. 8. Основные принципы презентации: фокус, контраст, единство. 9. Техника создания современного визуального образа в презентационных программах. 10. Создание креативного шаблона слайдов. Типы современных шаблонов.
ОПК-6	1. Как устанавливать логическую связь между исследовательским вопросом (содержательной гипотезой) и статистической гипотезой; 2. Как подбирать релевантный метод анализа данных. 3. Как отбирать нужные наблюдения; 4. Как создавать новые и преобразовывать существующие переменные; 5. Как выявлять пропущенные данные; 6. Как выбирать нужные способы работы с пропущенными данными; 7. Как вычислять и анализировать описательные статистики; 8. Как описывать назначение codebook и переменной весов. 9. Как в зависимости от ситуации подбирать нужный коэффициент корреляции; 10. Как строить диаграммы рассеяния;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Становление рекламы и СО	Эссе	Предметная область дисциплины. Структура и функции рекламы и связей с общественностью. Основные модели связей с общественностью. Профессиональный язык. Основные профессиональные термины рекламы и связи с общественностью. Профессиональный тезаурус.
2	Раздел 2. Требования к организации рекламного и пиар-дела	Эссе	Особенности профессиограммы специалиста по рекламе и СО. Основные профессиональные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью. Функции креативного директора. Функции генерального директора. Функции главы коммуникационного агентства. Журналисты как ключевая аудитория
3	Раздел 3. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	Эссе	Инвесторы как аудитория Органы власти как аудитория Общественные организации как аудитория Группы влияния в деятельности по связям с общественностью. Базовые принципы описания целевой аудитории
4	Раздел 4. Мероприятия и документы рекламы и связей с общественностью	Контрольная работа	Деловой завтрак, бизнес-ланч: правила организации и проведения, Клубный вечер: правила организации и проведения Общественные слушания: правила организации и проведения. Благотворительные акции: правила организации и проведения Пресс-конференция: правила организации и проведения
5	Раздел 5. Реклама в комплексе маркетинга-микс	Контрольная работа	Связь коммуникации с ценой Связь коммуникации со сбытом Связь коммуникации с рекламой Связь коммуникации с персоналом Связь коммуникации с технологическим процессом

6	Раздел 6. Основы маркетинговых коммуникаций	Контрольная работа	Реклама на телевидении Реклама на радио Реклама в прессе Наружная реклама Современные рекламные каналы Аудиовизуальная реклама

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
Вопросы для модуля 1	
ОПК-5	1. Роль рекламы в современном мире. 2. Становление института PR в современной России. Классификация периодов развития российских связей с общественностью. 3. Цели и функции рекламной деятельности. 4. Участники рекламного процесса и формы их взаимодействия. 5. Паблик рилейшнз как профессиональная коммуникативная деятельность. 6. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. 7. Функциональные различия между PR и рекламой. Коммуникативные характеристики паблик рилейшнз и рекламы. 8. Структура коммуникационного процесса в паблик рилейшнз и рекламной деятельности. 9. Связи с общественностью как социальный институт. 10. Субъект и объект паблик рилейшнз. Специфика «базисного субъекта» и «технологического субъекта» связей с общественностью. 11. Цель и задачи паблик рилейшнз. 12. Паблик рилейшнз как управленческая деятельность. 13. Комплекс функций паблик рилейшнз как социального института. 14. Понятие «общественность» в теории паблик рилейшнз. 15. Общественность как субстанциальный субъект публичной сферы. 16. Управление общественным мнением как задача паблик рилейшнз. 17. Модель открытой системы паблик рилейшнз. 18. Информационное и маркетинговое право как инструмент регулирования деятельности связей с общественностью. 19. Воздействие процесса демассификации на рекламную деятельность. 20. Информация как объект правовых отношений. 21. Связи с общественностью и законодательство РФ в сфере информационной деятельности. 22. Правовые основы управления информацией в предвыборные периоды. 23. Виды регулирования рекламной деятельности. Основные положения Закона РФ «О рекламе». 24. Международные правовые акты и практика деятельности связей с общественностью. 25. Основы профессиональной этики связей с общественностью Кодексы профессионального поведения и этики PR. 26. Российские организации, осуществляющие общественное регулирование, их функции 27. Отличительные черты рекламной и PR-кампании. 28. PR-программа как основа информационно-коммуникационной

	стратегии организации. 29. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании. 30. Определение ключевых объектов инвестирования. Четыре составляющих PR-бюджета. 31. Методы и технологии PR и рекламы. 32. Критерии эффективности рекламной и PR-кампаний. 33. Классификация рекламных кампаний. 34. Понятие комплексной рекламной кампании. 35. Понятие и формат рекламной концепции. 36. Роль связей с общественностью в современном обществе. 37. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью. 38. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. 39. Профессиональные требования к современным специалистам по связям с общественностью. 40. Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по связям с общественностью, 41. Профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование. 42. Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью. 43. Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты. 44. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей 45. Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов 46. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (Афинский и Лиссабонский кодексы, кодекс 47. профессиональных стандартов PRSA). 48. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (декларация профессиональных стандартов 49. PACO). 50. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. 51. Сущность и принципы связей с общественностью. 52. Управление связями с общественностью на предприятии (организации). 53. Презентации, их цели и особенности проведения. 54. Конференции, их виды и правила подготовки. 55. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью. 56. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению. 57. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. 58. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью. 59. Ответственность за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, ее незаконное получение и использование. 60. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях. 61. Понятие технологий в связях с общественностью. Типы технологий. 62. Понятие паблисити. Структура механизма паблисити. Требования к программе паблисити. 63. Специально организованные события. Виды. Особенности подготовки.

	64. Составление концепции события: бюджет, творческая группа. 65. Бюджет. Составляющие PR-бюджета. Расчет бюджета для PR-отдела 66. Спонсорство. Типы спонсорства. Спонсорский пакет. Заявка на спонсорство. 67. Определение «выставка» и «ярмарка». Типы ярмарок и выставок. 68. Характеристики выставок. ПР-планирование при подготовке выставки 69. Выбор экспонатов и выставочной программы 70. Регистрация и оформление участия в выставке. Договор на участие. 71. Страховка. Общие программы на выставках. 72. Значение выставочного стенда в организационном процессе: понятие, функциональные зоны. 73. Выставочная стадия. Работа на стенде: персонал стенда, подбор персонала, обучение персонала. 74. Особенности работы на стенде. Стендовые услуги. 75. Специально организованные события. Виды. Особенности подготовки. 76. Составление концепции события: бюджет, творческая группа. 77. Бюджет. Составляющие PR-бюджета. Расчет бюджета для PR-отдела 78. Пресс-конференции. Презентации. Брифинги. 79. Понятие «бренда». История брендинга. Типология брендов. Составляющие бренда. 80. Понятие «торговой марки, торгового знака». Марочные стратегии. 81. Понятие «медиаплан», «медиапланирование». Сбор исходных данных для медиаплана. Составление медиабрифа. 82. Создание имени для бренда. 83. Основные показатели медиаплана: рейтинг, CPT, и Reach(n+), Frequency. 84. Основные показатели медиаплана: средний рейтинг,GRP,Reach(n). 85. Сегментирование рынка по демографическому принципу 86. Сегментирование по социопсихологическому принципу 87. Сегментирование по степени использования предлагаемого продукта 88. Разработка медиаобсчета. Составляющие медиаобсчета. 89. Разработка расчета бюджета рекламной кампании (бюджета медиаплана). 90. Факторы, влияющие на определение структуры медиамикса. 91. Печатные СМИ в системе медиапланирования: определение стоимости, специальные газетные предложения, преимущества и недостатки газет и журналов, закупка рекламной площади в журналах. 92. Он-лайновые издания в системе медиапланирования. 93. Радио в системе медиапланирования: покупка времени на радио, базовые временные интервалы, виды планов при работе с радио, стоимость радиосообщения, преимущества и недостатки радио. 94. Телевидение в системе медиапланирования: классификация, покупка телевизионного времени, временные интервалы, периоды продажи эфирного времени, преимущества и недостатки телевидения. 95. Измерение радио- и телеаудитории в системе медиапланирования. 96. Наружная реклама в системе медиапланирования. 97. Понятие фирменного стиля. Составляющие фирменного стиля. Значимость фирменного стиля. Разработка составляющих фирменного стиля. 98. Правовая защита фирменного стиля. Авторское право. Регистрация товарного знака. Предупредительная маркировка. 99. Оформление заявки и экспертиза. Интеллектуальная собственность и исключительные права на товарный знак. 100. Документы для прессы: информационный пакет, пресс-кит, информационное письмо, биография, фактическая справка.

	101. Документы для прессы: заявления для прессы, программа и стенограмма пресс-конференций, бэкграунд, форма «вопрос-ответ», 102. «история из жизни». 103. Оперативные документы: деловые письма, служебные записки, флаер, приглашение, подготовленная публикация. 104. Оперативные документы: база данных СМИ, годовой отчет, коммуникационная программа, буклет.
Вопросы для модуля 2	
ОПК-5	

Добавлено примечание ([АМ1]): Вопросы нужно распределить между двумя модулями.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Введение в общую теорию коммуникационного менеджмента	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** 1. Общая характеристика менеджмент организации 2. Функции и организационная форма предприятия. 3. Характеристика принципов менеджмента, используемые в деятельности предприятия. 4. Законы управления организацией. 5. Принципы управления организацией. 6. Особенности управления персоналом организации. 7. Экономическая роль предприятия в современных условиях 8. Актуальность менеджмента в организациях. 9. Основные проблемы управления организацией. 10. Современные методы менеджмента предприятия 11. Проблема управления персоналом. 12. Новые формы управления персоналом 13. Информационное обеспечение управления персоналом. 14. Функции продвижения предприятия в интернет среде.
2	Раздел 2. Управленческие решения в коммуникационном менеджменте	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** 1. Способ выявления проблем в менеджменте 2. Методики выявление альтернативы в менеджменте 3. Выбор лучшей альтернативы в менеджменте 4. Внедрение решения в практику в менеджменте 5. Проверка результатов в менеджменте 6. Как осуществляется общее руководство принятием решения в менеджменте. 7. Правила принятия решений в менеджменте 8. Планы в принятии решений в менеджменте 9. Принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия в менеджменте 10. Целевые группы и их роль в принятии решений в менеджменте 11. Матричный тип взаимодействия в менеджменте
3	Раздел 3. Организационные структуры менеджмента	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** 1. Обязательные признаки организации (цели, люди, среда, целостность. 2. Основополагающие процессы жизнедеятельность организации (сырье, продукт, передача продукта) 3. Организации классифицируют по критериям: первичные и вторичные. 4. Организации классифицируются по юридическим признакам (официальные и неофициальные)

			5. Классификация организации по основаниям Гражданского Кодекса. 6. Общая классификация организационных структур управления.
4	Раздел 4. Внутренняя и вешняя среда организации	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** **На конкретных трёх организациях описать:** 1. Цели – конкретное конечное состояние или желаемый результат, которые стремиться добиться группа, работая вместе. Организация – это группа людей с осознанными общими целями. 2. Структура организации – логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации. 3. Задачи – предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки. Задачи предписываются не работнику, а его должности. На основе решения руководства о структуре каждая должность включает ряд задач, которые рассматриваются как необходимый вклад в достижение целей организации. 4. Технологии – средства преобразования сырья, будь то люди, информация или физические материалы, в искомые продукты или услуги. Выполнение задачи включает использование конкретной технологии как средства преобразования материала на входе, в форму на выходе. 5. Сотрудничество. Технология не может быть полезной и задача не может быть выполнена без сотрудничества людей. Это главная переменная, т.к. организация – это прежде всего люди, которые и принимают решения и проводят его в жизнь.
5	Раздел 5. Функции управления в менеджменте	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** **На конкретных трёх организациях описать:** 1. Перечислить и дать характеристику функциям управления Подсказка, функция управления – это обособленный вид деятельности, который объективно необходим для реализации целей функционирования; однородный вид деятельности, реализуемый путем принятия решения.; классификация функций управления, обусловленная содержанием процесса управления, позволяет выделить следующие функции: планирования и прогнозирования, организации, координирования и регулирования, мотивации и контроля.
6	Раздел 6. Методы управления в менеджменте	Контрольная работа	**Темы контрольных работ:** **На конкретных трёх организациях описать:** 1. Дать характеристику применяемым экономическим методам управления. Подсказка: В основе экономического метода управления в условиях рыночной экономики лежит коммерческий расчет. Его суть заключается в соизмерении затрат и результатов хозяйственной деятельности организации и обеспечении прибыльности.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Понятие о коммуникационном менеджменте. Предмет и объект коммуникационного менеджмента. 2. Основные типы коммуникации. 3. Коммуникационный политика организации. 4. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности. 5. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента. 6. Основные этапы организации. 7. Обратная связь в коммуникации. 8. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части 9. коммуникационной среды. 10. Коммуникативное пространство. 11. Организация управления коммуникативным пространством. 12. Коммуникативная структура организации. 13. Виды, формы и стили общения коммуникатора. 14. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте. 15. Специфика коммуникаций муниципальных органах государственной власти. 16. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации. 17. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации. 18. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте. 19. Формальные и неформальные коммуникации. 20. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. 21. Особенности коммуникационного подборе, приеме, адаптации кадров. 22. Коммуникационный конфликтных ситуациях. 23. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура. 24. Понятие и виды коммуникационных барьеров. 25. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации. 26. Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров. 27. Национальный коммуникационном менеджменте. 28. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента. 29. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом. 30. Коммуникационный целевыми аудиториями: потребителями, конкурентами.

	31. Самоменеджмент организации. 32. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. 33. Особенности коммуникационного повышении квалификации, увольнении сотрудников. 34. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации 35. Функции менеджера в сфере коммуникаций 36. Структура коммуникаций в организации 37. Коммуникация как элемент управленческой деятельности 38. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента. 39. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. 40. Система внешних коммуникаций организации. 41. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации 42. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. 43. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации 44. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации 45. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании 46. корпоративной культуры. 47. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов 48. Понятие о коммуникационных сетях 49. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления. 50. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ. 51. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами 52. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности 53. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью, сходство и различие. 54. Общая характеристика менеджмент организации 55. Функции и организационная форма предприятия. 56. Характеристика принципов менеджмента, используемые в деятельности предприятия. 57. Законы управления организацией. 58. Принципы управления организацией. 59. Особенности управления персоналом организации. 60. Экономическая роль предприятия в современных условиях 61. Актуальность менеджмента в организациях. 62. Основные проблемы управления организацией. 63. Современные методы менеджмента предприятия 64. Проблема управления персоналом. 65. Новые формы управления персоналом 66. Информационное обеспечение управления персоналом. 67. Функции продвижения предприятия в интернет среде.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Введение в управление коммуникациями в виртуальной среде	Контрольная работа	1. В чем состоит новая модель коммуникации в виртуальной среде? 2. Раскройте такие характеристики коммуникации как интерактивность и мультимедийность 3. Какие цифровые каналы и инструменты цифровых коммуникаций используются в виртуальной среде? 4. Какие существуют разновидности цифрового текстового пространства? 5. Какие существуют различия пользовательского контента?
2.	Раздел 2. Стили потребления информации в виртуальной среде	Контрольная работа	1. В чем состоят особенности сетевого дискурса? 2. Раскройте содержание феномена «информационных пузырей»? 3. Какие изменения в речевом взаимодействии можно зафиксировать в цифровую эпоху? 4. В чем состоят новые знаковые средства виртуальной коммуникации? 5. Опишите феномен «информационного каскада».
3	Раздел 3. Методы анализа эффективности коммуникации в виртуальной среде	Контрольная работа	1. Общенаучные методы в исследовании коммуникации в виртуальной среде 2. Социологические методы в исследовании коммуникации в социальной среде 3. Использование моделей коммуникации в процессе исследования различных аспектов коммуникации. 4. Мониторинговые методы в исследовании коммуникации в виртуальной среде 5. Программные методы анализа социальных сетей (Медиалогия, Бренданалитикс, Скан)

1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-6	1. Схема процесса цифровой коммуникации. 2. Особенности сетевого дискурса. 3. Знаковые средства цифровой коммуникации. 4. Передача паралингвистической информации в цифровой коммуникации. 5. Способы выражения эмоционально-модальных значений в цифровой коммуникации. 6. Конструирование самопрезентаций как механизм управления процессами социальной перцепции в социальных сетях. 7. Источники искажений восприятия пользователя социальной сети. 8. Основные характеристики коммуникации в виртуальной среде. 9. Виды контента в виртуальной среде. 10. Специфика коммуникации в социальных сетях, компьютерных играх, интерактивных площадках сайтов, чатов и форумов. 11. Ролевой и функциональный анализ коммуникации в виртуальной среде. 12. Социальные и психологические функции имитационных форматов коммуникации. 13. Хейтерство как коммуникативный стиль виртуального пространтсва. 14. Комментарии как специфический вид коммуникации в виртуальной среде. 15. Особенности использования поисковых систем. 16. Феномен «информационного пузыря». 17. Феномен «информационный каскад». 18. Феномен цифрового разрыва, последствия и способы коррекции. 19. Типология социальный сетей. 20. Сравнительный анализ социальных сетей по коммуникативным параметрам. 21. Коммуникативный потенциал блоггерства. 22. Блоггерство в контексте брендменеджмента. 23. Методология коммуникативных исследований виртуальной среды. 24. Мониторинг: определение, виды, процедура. 25. Программные методы анализа социальных сетей (Медиалогия, Бренданалитикс, Скан). 26. Сущность и специфика коммуникации в виртуальной среде. 27. Интернет-аудитория: понятие, характерные черты, типология. 28. Интернет в системе СМИ. 29. Место Интернета в системе социальных институтов. 30. Основные тенденции развития коммуникации и интеракции в условиях глобализации. 31. Российские электронные сообщества. 32. Специфика применения социологических методов в изучении виртуальной среды. 33. Исследование реального поведения в виртуальной среде. 34. Анализ содержания коммуникации в виртуальной среде. 35. Формы девиантного поведения в виртуальной среде. 36. Социальный контроль в виртуальной среде. 37. Характеристика on-line сообществ. 38. Роль знаков в электронной коммуникации.

	39. On-line сообщества в России. 40. Формы коммуникации в виртуальной среде. 41. Формы социального взаимодействия в виртуальной среде. 42. Личность в электронном коммуникативном сообществе. 43. Процесс коммуникации в виртуальной среде. 44. Социальные изменения в результате массового общения в Интернете. 45. Ценности и нормы и в виртуальной среде. 46. Новое социальное неравенство и мобильность. 47. Проблемы исследования коммуникации в виртуальной среде. 48. Новые способы реализации индивидуальных потребительских представлений. 49. Понятия интерактивности и интеракции. 50. Предпосылки и перспективы социального взаимодействия в виртуальной среде. 51. Характеристики социального пространства, созданного пользователями сети Интернет. 52. Взаимодействие реального пространства, кибернетического пространства и жизненного мира индивидов. 53. Новое электронное сообщество как двигатель социальных трансформаций.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы законодательства в сфере массовой коммуникации	Контрольная работа	Юридическая ответственность блогеров. Ответственность за злоупотребления правами журналиста Юридическая ответственность журналистов в зарубежных странах Судебная и внесудебная формы привлечения к ответственности в сфере медиа. Понятие морального вреда и порядок его компенсации Порядок опровержения информации в СМИ и реализации права на ответ. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации публичных деятелей.
2.	Раздел 2. Правовое регулирование получения и распространения информации	Контрольная работа	Гражданско-правовая защита чести, достоинства и деловой репутации. Способы гражданско-правовой защиты. Гражданско-правовая охрана изображения гражданина. Гражданско-правовая защита неприкосновенности частной жизни. Виды административных правонарушений в сфере медиа.
3	Раздел 3. Основы правового регулирования интеллектуальной собственности	Контрольная работа	Понятие и принципы возложения юридической ответственности на субъектов массово-информационных отношений. Основания и виды юридической ответственности в сфере массово-информационных отношений. Основания освобождения от юридической ответственности субъектов массово-информационных отношений. Понятие морального вреда и порядок его компенсации Порядок опровержения информации в СМИ и реализации права на ответ. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации публичных деятелей.

1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Источники правового регулирования в сфере медиа. 2. Свобода массовой информации: содержание. Понятие цезуры. 3. Злоупотребление свободой массовой информации. 4. Регистрация СМИ. Учредители СМИ. Перерегистрация. Освобождение от регистрации. 5. Признание недействительным свидетельства о регистрации. Приостановление и прекращение деятельности СМИ. 6. Правоотношения между учредителем СМИ и редакцией. Статус редакции. Устав редакции. 7. Общий порядок распространения массовой информации. Выход в свет, тираж. 8. Лицензирование теле-радиовещания. 9. Правовой статус журналиста: понятие, элементы, круг лиц, на которых он распространяется. 10. Права журналиста. Право на использование скрытой записи: особенности реализации. 11. Обязанности журналиста 12. Аккредитация журналистов. Основания прекращения аккредитации. 13. Особенности аккредитации зарубежных корреспондентов 14. Порядок доступа к информации. Отказ и отсрочка предоставления информации. 15. Обеспечение конфиденциальности информации и ее источника. 16. Виды правового режима информации. Информация, к которой не может быть ограничен доступ. 17. Правовой режим свободного доступа и его разновидности. 18. Конфиденциальная информация и ее разновидности. Информация, составляющая государственную тайну. Меры по ее охране. Степени секретности информации. 19. Понятие рекламы и требования к ней. Недостоверная и недобросовестная реклама.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Языковые и литературные основы копирайтинга	Контрольная работа	Задания: 1. «Слово не в тему» Выберите любую тему, которая понравится, и напишите по ней статью. Это может быть хоть «Все фишки Android на iPhone или iPad XX Pro Max» или «Самая популярная производственная техника» — не важно. Впишите в статью слово, которое никак не относится к тематике текста — например «фуникулер» в статью про смартфон нового поколения, или «бефстроганов» в статью про поправки в Конституцию. Важно не просто вставить его в текст, а добавить так, чтобы оно естественно вписалось и не бросалось в глаза, как что-то инородное. При выполнении упражнения ориентируйтесь не на рядового читателя, который может просто его не заметить, а на редактора, который будет читать статью тщательно и придирчиво. 2. Синонимы Выпишите 10 глаголов, 10 существительных и 10 прилагательных, которые используете чаще всего, и подберите к каждому из слов по 10 неоднокоренных синонимов. Например: • кружка — емкость, тара, посуда, сосуд, чашка; • использовать — применять, употреблять, внедрять, задействовать, эксплуатировать; • широкий — раздольный, объемный, крупный, просторный, необъятный.
		Контрольная работа	Задания: 1. Аналоги речевых штампов Штампы и канцеляризмы — это устоявшиеся словосочетания, от которых веет официально-деловым, канцелярским стилем. Вбейте в поисковую строку «популярные канцеляризмы», выберите 10 из них и придумайте к каждой фразе по 5 замен. Например, «взаимовыгодное сотрудничество» можно заменить на: • вы получите лиды, а мы — еще один успешный кейс в копилку; • вы сможете автоматизировать работу с документами, а мы получим фидбек и сможем улучшить платформу; • вы поделитесь опытом и получите потенциальных клиентов с YouTube, а мы через видео-кейс покажем свою экспертность; • вы опубликуете на сайте сторителлинг, который повысит лояльность клиентов, а я получу новый кейс в портфолио; • вы получите стратегию продвижения, по которой сможете получить новых клиентов, а мы откроем для себя новую нишу.

		Письменный опрос	1. Система «Антиплагиат» 2. Авторское право в копирайтинге 3. Авторское право в рерайтине 4. Юридические аспекты профессиональной деятельности
2.	Раздел 2. Коммерческий копирайтинг. Создание коммерческого предложения. Юридические аспекты копирайтинга.	Контрольная работа	**Вариант 1** **Практическое задание 1.** Выбери на своё усмотрение коммерческое предложение, опишите общую характеристику составление коммерческого предложения по пунктам: • Колонтитул или шапка. • Заголовок и подзаголовок. • Вступление. • Оффер • Блок о компании • Преимущества, аргументы, выгоды • Цена и ее обоснование. • Отработка возражений, социальные доказательства, гарантии. • Призыв к действию и контакты. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования лид магнитов. Представьте и опишите. **Практические задание 3.** Найдите пример, характеризующий использования модели цены: «по часам или по дням». Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Вариант 2** **Практическое задание 1.** Подготовьте макет (образец) КП. Используйте характеристики к общей структуре (B2C) и расширенной структуре (B2B) КП на примере собственной или взятой из реального сектора экономики организации или компании. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования квизов. Представьте и опишите. **Практические задание 3.** Найдите пример, характеризующий использования скидок психологического воздействия. Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Вариант 3** **Практическое задание 1.** Найдите примеры главных ошибок холодного контакта из примеров реальной практике компаний или организаций. Дайте свой комментарий сильных и слабых сторон этой практике. Примеры найдите в Интернет. Для понимания задания, изучите Кейс Холодный контакт. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования чат - ботов. Представьте и опишите.

			Практические задание 3. Найдите пример, характеризующий использования модели цены: «оплата по фиксированному пакету». Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Вариант 4** **Практическое задание 1.** Выбери на своё усмотрение коммерческое предложение, опишите общую характеристику составление коммерческого предложения по пунктам: • Колонтитул или шапка. • Заголовок и подзаголовок. • Вступление. • Оффер • Блок о компании • Преимущества, аргументы, выгоды • Цена и ее обоснование. • Отработка возражений, социальные доказательства, гарантии. • Призыв к действию и контакты. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования геймификации. Представьте и опишите. **Практические задание 3.** Найдите пример, характеризующий использования модели цены: «ценообразование на основе дохода клиента». Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Вариант 5** **Практическое задание 1.** Подготовьте макет (образец) КП. Используйте характеристики к общей структуре (B2C) и расширенной структуре (B2B) КП на примере собственной или взятой из реального сектора экономики организации или компании. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования E-mail рассылки. Представьте и опишите. **Практические задание 3.** Найдите пример, характеризующий использования скидки: пакетирование цен. Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода.
		Контрольная работа	**Вариант 6** **Практическое задание 1.** Найдите примеры главных ошибок холодного контакта из примеров реальной практике компаний или организаций. Дайте свой комментарий сильных и слабых сторон этой практике. Примеры найдите в Интернет. Для понимания задания, изучите Кейс Холодный контакт. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования кросс-канального или

			многоканального маркетинга. Представьте и опишите. **Практические задание 3.** Найдите пример, характеризующий использования скидки: Реферальные скидки (для посредников). Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Вариант 7** **Практическое задание 1.** Выбери на своё усмотрение коммерческое предложение, опишите общую характеристику составление коммерческого предложения по пунктам: • Колонтитул или шапка. • Заголовок и подзаголовок. • Вступление. • Оффер • Блок о компании • Преимущества, аргументы, выгоды • Цена и ее обоснование. • Отработка возражений, социальные доказательства, гарантии. • Призыв к действию и контакты. **Практические задание 2.** Найдите пример, характеризующий использования скидок психологического воздействия. Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода **Практическое задание 3.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования чат - ботов. Представьте и опишите. **Вариант 8** **Практическое задание 1.** Подготовьте макет (образец) КП. Используйте характеристики к общей структуре (B2C) и расширенной структуре (B2B) КП на примере собственной или взятой из реального сектора экономики организации или компании. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования E-mail рассылки. Представьте и опишите. **Практическое задание 3.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования кросс-канального или многоканального маркетинга. Представьте и опишите. **Вариант 9** **Практическое задание 1.** Найдите примеры главных ошибок холодного контакта из примеров реальной практике компаний или организаций. Дайте свой комментарий сильных и слабых сторон этой практике. Примеры найдите в Интернет. Для понимания задания, изучите Кейс Холодный контакт. **Практическое задание 2.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования квизов. Представьте и опишите.

			Практические задание 3. Найдите пример, характеризующий использования скидки: Реферальные скидки (для посредников). Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Граппа 10** **Практическое задание 1.** Выбери на своё усмотрение коммерческое предложение, опишите общую характеристику составление коммерческого предложения по пунктам: • Колонтитул или шапка. • Заголовок и подзаголовок. • Вступление. • Оффер • Блок о компании • Преимущества, аргументы, выгоды • Цена и ее обоснование. • Отработка возражений, социальные доказательства, гарантии. • Призыв к действию и контакты. **Практические задание 2.** Найдите пример, характеризующий использования скидки: пакетирование цен. Объясните целесообразностью и эффективность использования этого метода. **Практическое задание 3.** Найдите в Интернет примеры продвижения КП компаниями посредством использования чат - ботов. Представьте и опишите.
		Письменный опрос	1. _____ Какова основная тематика событий, неизменно привлекающая внимание аудитории? 2. _____ Каковы цели основных субъектов массовой коммуникации? 3. _____ Какой канал массовой коммуникации наиболее эффективен как средство манипуляции? 4. _____ Какие манипулятивные средства используются в новостных сообщениях? 5. _____ Для чего в рекламном заголовке используется шрифт с непривычной гарнитурой или рисунком, увеличенный размер кегля, подчеркивание, инверсное начертание? 6. _____ От чего в первую очередь зависит эффективность прямого способа убеждения? 7. _____ Какой элемент рекламного текста должен сформировать мотивацию потребления товара? 8. _____ Как рекомендуется строить аргументацию в основном тексте? 9. _____ Какой структурный элемент рекламного текста содержит призыв к действию?
3	Раздел 3. Монетизация в копирайтинге	Письменный опрос	1. Какие требования к тексту коммерческого предложения? 2. Опишите общую характеристику составление коммерческого предложения по пунктам: Колонтитул или шапка. Заголовок и подзаголовок. Вступление. Оффер Блок о компании Преимущества, аргументы, выгоды

			Цена и ее обоснование. Отработка возражений, социальные доказательства, гарантии. Призыв к действию и контакты. 3. Каковы общие требования к оформлению коммерческого предложения? 4. В чем общая характеристика и особенности типов коммерческих предложений: «холодное» и «горячее»? 5. Каковы основные характеристики «Холодного» КП? 6. Каковы основные характеристики «Горячего» КП? 7. В чем вы видите пользу от изучения Кейса: «Холодный контакт». 8. Цели продающих текстов. 9. Формулы продающих текстов.
		Письменный опрос	1. Элементы продающих текстов. (приведите по 3-4 примера) 2. Структура лендингов. (приведите по 3-4 примера) 3. Особенности текстов в социальных сетях. (приведите по 3-4 примера) 4. Элементы текстов для интернета. (приведите по 3-4 примера) 5. Способы продажи текстов.
		Письменный опрос	1. Биржи для копирайтеров 2. Понятие монетизации в экономике 3. Способы монетизации в копирайтинге 4. Особенность бирж копирайтинга 5. Особенности портфолио копирайтера. Юридический аспект 6. Авторское право, особенности профессиональной деятельности копирайтеров.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-1	1. Объект профессиональной деятельности копирайтера. 2. Функциональные обязанности копирайтера. 3. Информационное обеспечение деятельности копирайтера. 4. Методы прямого и косвенного убеждения. 5. Стили речи. 6. Семантика слова. 7. Языковая игра. 8. Синонимы, антонимы и фразеологизмы в рекламных текстах. 9. Тропы. Неологизмы. 10. Звучание текста: фонетика, семантика, ритмика. 11. Семантика звука. Звукопись и звуковые ассоциации 12. Ритмическая организация текста и созвучия 13. Структура, композиция и задачи текста. 14. Методические подходы к разработке текста. 15. Выбор ведущего типа аргументации и доводов в основном рекламном тексте. 16. Функция и структура концовки в рекламном тексте. 17. Методика написания рекламных стихов. 18. Коммерческие тексты в коммуникации. Цели коммерческих текстов. Контент-маркетинг. 19. Эффективность текстов. Конверсия. Виды коммерческих текстов. 20. Продающая формула AIDA 21. ACCA 22. Продающая формула ODC (лендинги) 23. 4 почему от «Скобеев и Партнеры» 24. Формула создания оффера от Фрэнка Дигнана: Star-Chain-Hook 25. 4U — решение для лучших заголовков 26. Формула сочных заголовков от Майкла Хайятта 27. PmPHS (Pain, more Pain, Hope, Solution) 28. Продающая формула PPPP от Генри Хока 29. Правило трех «Да» 30. Формула Рассела Колли 31. DIBABA от Г. Гольдмана 32. Формула ценного контента от Кена Дэвиса 33. Классическая/ментальная формула рекламного обращения AIDA.
ОПК-3	34. Невербальные средства аудиорекламы. музыкальные жанры. Музыкальная реклама. Аудиоспот. Сценарии для видео. 35. Заголовок: рекламируем рекламу. 36. Манипулятивные технологии. 37. Коммерческие тексты 38. Журналитиска и реклама: как связаны. 39. Рациональные и эмоциональные тексты в СМИ. 40. Кросс-канальность или многоканальность доставки КП

ПК-2	41. Редактирование. 42. Рерайтинг. Юридический аспект. 43. Авторские права копирайтеров 44. Способы зарабатывать на писательстве. 45. Копирайтинг, как профессия, особенности профессии. 46. Понятие «монетизация», «монетизация экономики», «монетизация контента». 47. Основные способы монетизации работы копирайтера 48. Биржи для копирайтеров и рерайтеров. 49. 13 основных формул для продающих текстов 50. Классическая/ментальная формула AIDA 51. Семь принципов для создания эффективного коммерческого предложения. 52. Отличие коммерческого предложения от бизнес – плана. 53. Коммерческое предложение: структура и этапы разработки. 54. Разработка коммерческого предложения: основные этапы. 55. Составление коммерческого предложения. 56. Оформление коммерческого предложения. 57. Типы коммерческих предложений: «холодное» и «горячее». 58. Нейминг. Принципы нейминга. 59. Правовые аспекты имени компании и продукции. 60. Целевая аудитория коммерческого предложения. Воронка продаж. 61. Принципы и подходы к созданию эффективных коммерческих предложений

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Модуль 1. Раздел 1. Методологические основы интегрированных коммуникаций	Эссе	1. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций 2. Причины применения интегрированных маркетинговых коммуникаций 3. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций 4. Этапы стратегического планирования. 5. Связь стратегии бизнеса с коммуникационной политикой. 6. Брендинг и брендменеджмент в контексте интегрированных коммуникаций
2	Модуль 1. Раздел 2. Виды деятельности специалиста по интегрированным коммуникациям, стратегическое планирование	Эссе	1. Диагностика рекламного образа 2. Проектирование рекламного образа 3. Оценка эффективности ИМК 4. Понятие экономической эффективности. 5. Методы исследования маркетинговых коммуникаций. 6. Эффект синергии в интегрированных маркетинговых коммуникациях
3	Модуль 1. Раздел 3. Интеграции коммуникаций с новыми социо-демографическими теориями	Эссе	1. Ценности и поведение потребителей. 2. Влияние демографических факторов на маркетинговые коммуникации. 3. Группы влияния в маркетинговых коммуникациях. 4. Процесс принятия решений потребителями. 5. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей 6. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями 7. Инвесторы как аудитория 8. Органы власти как аудитория 9. Общественные организации как аудитория 10. Базовые принципы описания целевой аудитории
4	Модуль 2. Раздел 4. Формирование медиастратегии разработки медиастратегий	Контрольная работа	1. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями 2. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций 3. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей 4. Управление корпоративным имиджем 5. Организация и проведение специальных мероприятий 6. Взаимодействие с персоналом
5	Модуль 2. Раздел 5. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара	Контрольная работа	1. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара 2. Достоинства и недостатки различных инструментов маркетинговых коммуникаций 3. Формирование медиастратегии 4. Разработка медиатактики 5. Процесс планирования ассигнований и бюджета маркетинговых

			коммуникаций
6	Модуль 2. Раздел 6. Перспективы развития интегрированных коммуникаций в Информационном обществе	Контрольная работа	1. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование 2. Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций 3. Понятие культурной среды. 4. Межкультурные отличия в маркетинговых коммуникациях 5. Структура международной рекламы. 6. Глобальные рекламные кампании.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	Модуль 1. 1. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций 2. Причины применения интегрированных маркетинговых коммуникаций 3. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций 4. Этапы стратегического планирования. 5. Связь стратегии бизнеса с коммуникационной политикой. 6. Связи с общественностью и их место в современном мире. 7. Общественность как субъект PR-деятельности. 8. Принципы и функции связей с общественностью. 9. Целевые аудитории в связях с общественностью. 10. Основные направления деятельности в связях с общественностью. 11. Сущность концепции интегрированных коммуникаций. 12. Основные формы подачи информационно-новостных материалов (брифинг, презентация, пресс-тур). 13. Брендинг и брендменеджмент в контексте интегрированных коммуникаций 14. Диагностика рекламного образа 15. Влияние демографических факторов на маркетинговые коммуникации. 16. Группы влияния в маркетинговых коммуникациях. 17. Процесс принятия решений потребителями. 18. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей 19. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями 20. Базовые принципы описания целевой аудитории 21. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций 22. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей 23. Управление корпоративным имиджем 24. Организация и проведение специальных мероприятий 25. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара 26. Достоинства и недостатки различных инструментов маркетинговых коммуникаций 27. Понятие культурной среды. 28. Межкультурные отличия в маркетинговых коммуникациях 29. Структура международной рекламы. 30. Глобальные рекламные кампании. 31. Формирование медиастратегии 32. Разработка медиатактики 33. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла

	товара 34. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями 35. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций 36. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей 37. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей 38. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями 39. Группы влияния на поведение потребителей 40. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование 41. Принципы формирования рекламного бюджета 42. Выставки-ярмарки как инструмент коммуникаций 43. Виды коммуникации: вертикальная и горизонтальная коммуникация. 44. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) в информационном обществе 45. Виды обратной связи в системе ИМК 46. Реклама - ATL (above the line); 47. Стимулирование сбыта - BTL (below the line); 48. Связи с общественностью и органами власти - PR/GR (Public Relations / Government 49. Relations). 50. Цифровые коммуникации. 51. Личные продажи. 52. Прямой маркетинг - DM (direct-marketing). 53. Содержание маркетинг-микса 54. Основные виды маркетинговых коммуникаций 55. Синтетические виды маркетинговых коммуникаций 56. Принципы выбора медиа для реализации коммуникационной кампании. 57. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиторию. 58. Медиасреда как пространство реализации интегрированного подхода к коммуникациям. 59. Нью-медиа – интегрированный подход к планированию деятельности, созданию и распространению контента. 60. Медиасреда как пространство реализации интегрированного подхода к коммуникациям. 61. Технологии создания информационного повода. 62. Медиа-брендинг как основной вид связей с общественностью 63. PR-брендинг как основной вид связей с общественностью. 64. Фандрайзинг как технология и направление деятельности в связях с общественностью. 65. Лоббистская деятельность как основной вид связей с общественностью. 66. Основные формы деятельности в связях с общественностью (СО). 67. Аналитическое обеспечение PR-кампаний. 68. Основные формы деятельности в СО. 69. Специальные мероприятия в связях с общественностью. 70. Информационные документы в связях с общественностью. 71. Оперативные документы в связях с общественностью. 72. Социологические исследования в связях с общественностью.

	73. Источники финансирования в связях с общественностью. 74. Оценка эффективности в связях с общественностью. 75. Слухи как метод распространения информации. 76. Эпатаж как PR-технология. Основные функции, признаки и шаги эпатажа. 77. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. 78. Связи с общественностью в сфере бизнеса. 79. Общая характеристика основных методов интернет-PR. 80. Сетевые ресурсы PR коммуникаций. 81. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями 82. Проектирование рекламного образа 83. Оценка эффективности ИМК 84. Понятие экономической эффективности. 85. Методы исследования маркетинговых коммуникаций. 86. Эффект синергии в интегрированных маркетинговых коммуникациях 87. Ценности и поведение потребителей. 88. Инвесторы как аудитория 89. Органы власти как аудитория 90. Общественные организации как аудитория 91. Процесс планирования ассигнований и бюджета маркетинговых коммуникаций 92. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование 93. Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций Модуль 2. 1. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций 2. Причины применения интегрированных маркетинговых коммуникаций 3. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций 4. Этапы стратегического планирования. 5. Связь стратегии бизнеса с коммуникационной политикой. 6. Связи с общественностью и их место в современном мире. 7. Общественность как субъект PR-деятельности. 8. Принципы и функции связей с общественностью. 9. Целевые аудитории в связях с общественностью. 10. Основные направления деятельности в связях с общественностью. 11. Сущность концепции интегрированных коммуникаций. 12. Основные формы подачи информационно-новостных материалов (брифинг, презентация, пресс-тур). 13. Брендинг и брендменеджмент в контексте интегрированных коммуникаций 14. Диагностика рекламного образа 15. Влияние демографических факторов на маркетинговые коммуникации. 16. Группы влияния в маркетинговых коммуникациях. 17. Процесс принятия решений потребителями. 18. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей

	19. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями 20. Базовые принципы описания целевой аудитории 21. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций 22. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей 23. Управление корпоративным имиджем 24. Организация и проведение специальных мероприятий 25. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара 26. Достоинства и недостатки различных инструментов маркетинговых коммуникаций 27. Понятие культурной среды. 28. Межкультурные отличия в маркетинговых коммуникациях 29. Структура международной рекламы. 30. Глобальные рекламные кампании. 31. Формирование медиастратегии 32. Разработка медиатактики 33. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара 34. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями 35. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций 36. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей 37. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей 38. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями 39. Группы влияния на поведение потребителей 40. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование 41. Принципы формирования рекламного бюджета 42. Выставки-ярмарки как инструмент коммуникаций 43. Виды коммуникации: вертикальная и горизонтальная коммуникация. 44. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) в информационном обществе 45. Виды обратной связи в системе ИМК 46. Реклама - ATL (above the line); 47. Стимулирование сбыта - BTL (below the line); 48. Связи с общественностью и органами власти - PR/GR (Public Relations / Government 49. Relations). 50. Цифровые коммуникации. 51. Личные продажи. 52. Прямой маркетинг - DM (direct-marketing). 53. Маркетинговые коммуникации на этапе вывода товара на рынок. 54. Маркетинговые коммуникации на этапе роста. 55. Маркетинговые коммуникации на этапе зрелости. 56. Маркетинговые коммуникации на этапе спада 57. Маркетинг - микс - набор маркетинговых инструментов, которые используются компанией для решения маркетинговых задач на целевом рынке. 58. Содержание маркетинг-микса 59. Основные виды маркетинговых коммуникаций

	60. Синтетические виды маркетинговых коммуникаций 61. Принципы выбора медиа для реализации коммуникационной кампании. 62. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиторию. 63. Медиасреда как пространство реализации интегрированного подхода к коммуникациям. 64. Нью-медиа – интегрированный подход к планированию деятельности, созданию и распространению контента. 65. Медиасреда как пространство реализации интегрированного подхода к коммуникациям. 66. Технологии создания информационного повода. 67. Медиа-брендинг как основной вид связей с общественностью 68. PR-брендинг как основной вид связей с общественностью. 69. Фандрайзинг как технология и направление деятельности в связях с общественностью. 70. Лоббистская деятельность как основной вид связей с общественностью. 71. Основные формы деятельности в связях с общественностью (СО). 72. Аналитическое обеспечение PR-кампаний. 73. Основные формы деятельности 74. Специальные мероприятия в связях с общественностью. 75. Информационные документы в связях с общественностью. 76. Оперативные документы в связях с общественностью. 77. Социологические исследования в связях с общественностью. 78. Источники финансирования в связях с общественностью. 79. Оценка эффективности в связях с общественностью. 80. Слухи как метод распространения информации. 81. Эпатаж как PR-технология. Основные функции, признаки и шаги эпатажа. 82. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. 83. Связи с общественностью в сфере бизнеса. 84. Общая характеристика основных методов интернет-PR. 85. Сетевые ресурсы PR коммуникаций. 86. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями 87. Проектирование рекламного образа 88. Оценка эффективности ИМК 89. Понятие экономической эффективности. 90. Методы исследования маркетинговых коммуникаций. 91. Эффект синергии в интегрированных маркетинговых коммуникациях 92. Ценности и поведение потребителей. 93. Инвесторы как аудитория 94. Органы власти как аудитория 95. Общественные организации как аудитория 96. Процесс планирования ассигнований и бюджета маркетинговых коммуникаций 97. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование 98. Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций 99. Этапы стратегического планирования.

	100. Связь стратегии бизнеса с коммуникационной политикой. 101. Целевые аудитории. 102. Ценности и поведение потребителей. 103. Влияние демографических факторов на маркетинговые коммуникации. 104. Группы влияния в маркетинговых коммуникациях. 105. Процесс принятия решений потребителями. 106. Методы исследования маркетинговых коммуникаций. 107. Эффект синергии в интегрированных маркетинговых коммуникациях. 108. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций 109. Причины применения интегрированных маркетинговых коммуникаций 110. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций 111. Политические PR-технологии. 112. Современные избирательные технологии связей с общественностью. 113. Информационные PR-технологии. Пресс-релиз. 114. Информационные PR-технологии. Пресс-события. 115. Рекламные PR-технологии. Имидж организации. 116. Рекламные технологии. Электронная реклама. 117. Рекламные технологии. Печатная реклама. 118. Социальные PR-технологии. Благотворительность. 119. Социальные PR-технологии. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. 120. Социальные PR-технологии. Долгосрочные социальные программы. 121. Социальные PR-технологии. Социальный PR в сфере культуры. 122. Основные направления взаимодействия базисного PR-субъекта со СМИ. 123. Фандрайзинг как технология и направление деятельности в связях с общественностью. 124. Основные направления PR-деятельности по разработке фирменного стиля базисного PR-субъекта. 125. Основные требования к подготовке программы и стенограммы пресс-конференции. 126. Предмет, цель, задачи, основные понятия в области рекламы. 127. Современные подходы к определению сущности рекламной деятельности. Объекты рекламной деятельности. 128. Роль рекламы в обществе. 129. Российский рынок рекламы, проблемы и перспективы его развития 130. Информативная и коммуникативная функция рекламы в рыночной среде. 131. Рекламное обращение (информативное, увещевательное, напоминающее, подкрепляющее). 132. Средства распространения и размещения рекламы (классификация), их преимущества и недостатки. 133. Проблемы организации и планирования рекламной кампании. 134. Рекламное агентство и принципы взаимоотношения агентства и PR-специалиста.

	135. Рекламодатель. Основные функции рекламодателя. 136. Рекламопроизводитель и рекламораспространитель. 137. Рекламное агентство: основные функции и типичная организационная структура. 138. Организация взаимодействия участников рекламного процесса. 139. Договор между рекламодателем и рекламным агентством: форма и содержание. 140. Рекламная служба на предприятии или в организации: цели деятельности и функции. 141. Медиапланирование. 142. Основные показатели использования рекламы на телевидении, радио и в прессе. 143. Современные рекламные стратегии: пульсирующая, продолжительная, флайтовая. 144. Манипулятивная и рациональная реклама. 145. Исследования психологического восприятия рекламы. 146. Коммуникативные особенности наружной рекламы. 147. Показатели эффективности рекламной кампании. 148. Основные методы измерения эффективности рекламной кампании.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРАКТИКУМ СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Визуальная коммуникация как базовая коммуникативная парадигма в современном обществе	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Визуальная коммуникация как базовая коммуникативная парадигма в современном обществе. 2. Презентация – язык современной коммуникации. 3. Последовательность слайдов и сюжетная канва презентации. 4. Принцип S-образной кривой. 5. Основные принципы презентации: фокус, контраст, единство. Практическая часть контрольной работы: Необходимо написать реферат в контексте изучаемой дисциплины ориентированный на предполагаемую тему ВКР.
2.	Раздел 2. Введение в анализ данных	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Техника создания современного визуального образа в среде PowerPoint. 2. Создание креативного шаблона слайдов. Типы современных шаблонов. 3. Основные логические отношения между объектами и их выражение графическими средствами. Инструмент SmartArt. 4. Вставки таблиц, изображений, видеороликов. Автоматизация демонстрации слайдов. Работа в программе Lightroom. Организация изображений. 5. Редактирование изображений. Практическая часть контрольной работы: Необходимо написать реферат в контексте изучаемой дисциплины ориентированный на предполагаемую тему ВКР.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-6	1. Какие понятия содержит в себе принцип трех "V"? 2. С какого года Большие данные изучаются как академический предмет в вузовских программах по науке о данных? 3. Что является примером квази-структурированных данных? 4. Как назывался первый суперкомпьютер, оснащенный вопросно-ответной системой искусственного интеллекта? 5. Презентация – язык современной коммуникации. 6. Последовательность слайдов и сюжетная канва презентации. 7. Принцип S-образной кривой. 8. Основные принципы презентации: фокус, контраст, единство. 9. Техника создания современного визуального образа в презентационных программах. 10. Создание креативного шаблона слайдов. Типы современных шаблонов.
ОПК-6	1. Как устанавливать логическую связь между исследовательским вопросом (содержательной гипотезой) и статистической гипотезой; 2. Как подбирать релевантный метод анализа данных. 3. Как отбирать нужные наблюдения; 4. Как создавать новые и преобразовывать существующие переменные; 5. Как выявлять пропущенные данные; 6. Как выбирать нужные способы работы с пропущенными данными; 7. Как вычислять и анализировать описательные статистики; 8. Как описывать назначение codebook и переменной весов. 9. Как в зависимости от ситуации подбирать нужный коэффициент корреляции; 10. Как строить диаграммы рассеяния;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
««Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Установление партнерских отношений в PR: коллаборация	Контрольная работа	В чем заключаются основные идеи понимания коммуникаций мировыми теоретиками и практиками и их влияние на развитие PR: - М. Маклюэна? - Теория кибернетической модели? - «Теория установления повестки дня»? - «Теория привратника» или «теория гейткипинга»? Приведите примеры (минимум по одному на каждый вопрос)
		Контрольная работа	В чем заключаются основные идеи понимания коммуникаций мировыми теоретиками и практиками и их влияние на развитие PR: - «Теория иглы»? - «Теория приглушенных групп»? - «Теория спирали молчания»? - «Теория использования и удовлетворения (UGT)»? Приведите примеры (минимум по одному на каждый вопрос)
2	Раздел 2. Связи с общественностью в переговорных процессах	Контрольная работа	Приведите примеры удачных и не удачных практик отраслевых партнёрских отношений, дайте им характеристику (минимум 2 примера, максиму не ограничен)
		Контрольная работа	Отпишите отраслевые коллаборации в приведённых примерах
3	Раздел 3. Связи с общественностью в экономике	Контрольная работа	Приведите примеры удачных и не удачных практик PR агентств в России и зарубежном, дайте им характеристику (минимум 2 примера, максиму не ограничен)
		Контрольная работа	Опишите наиболее известные направления реализации деятельности PR агенств представленных ранее.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Что представляют собой связи с общественностью (PR) в теоретическом плане? 2. Какова основная цель PR в практическом отношении? 3. Почему важно выделять в управлении PR внутреннюю группу лиц 4. внешнюю группу лиц? 5. Почему речь идет о взрыве PR в связи с развитием цифровых коммуникационных технологий в конце XX и начале XXI веков? \ 6. Что означает формула форма «многие ко многим» и модель «многие к одному»? 7. Как соотносится PR и маркетинг? 8. Как соотносится PR и реклама? Основные этапы развития истории связей с общественностью (PR) в мире и в России: 1990-1995 гг. 1995- 2000 гг. С 2000-го года до настоящего времени? 9. Какое место PR занимает в системе ИМК профессора Д. Шевченко и как они соотносятся с другими формами социальных коммуникаций? 10. Как можно охарактеризовать роль PR и медиа в социокультурной парадигме? 11. Какое значение для PR имеют процессы глобализации? 12. В чем специфика традиционных и новых СМИ для PR мероприятий? 13. Какое значение имеет культурная глобализация для PR? 14. Какие социально-культурные тренды имеют значение для PR коммуникаций, 15. В чем смысл и значение для PR тезиса: в каждой культуре есть доминирующий стиль общения? 16. Какое значение для PR практике имеет учет культурных характеристик ментальности обществ Запада и Востока? 17. В чем вы видите важность и значение языковых различий в управлении организационной культуры? 18. Какое значение имеет для PR учет культуры коммуникаторов с высоким и низким контекстом? 19. В чем смысл и значение учета в планировании и реализации практик PR кросс-культурного менеджмента в управлении коммуникациями в организации? 20. Как возникают отношения PR и средства массовой информации (СМИ)? 21. Какие существуют основные каналы медиарилейшнз? 22. В чем состоит цель журналистов и цель PR специалистов? 23. Какие направления характерны для медиарилейшнз (directions media relations)? 24. Из каких элементов состоит успешный контент, способный вызвать интерес у журналистов? 25. Что нужно сделать, чтобы создать успешный PR-ход или трюк? 26. Каковы наиболее эффективные формы освещения событий в компаниях в СМИ: 27. Что относится к характеристике коммерческой журналистики: блогосфере и что ее отличает от традиционных СМИ? 28. Какова общая архитектура блогосферы? 29. Как и какие появляются целые агентства блогеров в России? 30. Какие необходимо соблюдать правила для монетизации бизнеса

	блогеров? 31. Какие преимуществ имеет блогосфера при использовании ее для рекламы? 32. Как можно охарактеризовать вид рекламы, как «сарафанное радио 2.0.» в блогосфере? 33. Каковы самые популярные темы для блогов в мире и в России? 34. Назовите самых высокооплачиваемых блогеров в России и объясните их успех? 35. Попытайтесь объяснить причины, по которым люди становятся блогерами? 36. Каковы основные направления организации и управления PR-деятельностью в организации? 37. Каковы основные услуги медийных агентств, в том числе, PR (по версии АКАР)? 38. Дайте характеристику ТОП российских PR-агентств? 39. Как формируются доходы коммуникационных агентств? 40. Какова общая структура PR - агентства (PRA)? 41. Что является основной характеристикой корпоративная коммуникации и ее отличие от PR? 42. Какие направления относятся к внутренним и внешним коммуникациям? 43. Каковы основные цели корпоративной коммуникации в организации? 44. Каковы основные направления деятельности корпоративного отдела коммуникаций? 45. Какова организационная схема департамента (отделов) коммуникаций организации на примере Газпром-Медиа Холдинг»? 46. Что включает в себя корпоративная социальная ответственность? 47. Каковы основные задачи отдел коммуникаций организации? 48. Каковы основные направления деятельности современной пресс-службы/центра? 49. Что включает в себя функционал пресс-секретаря организации?
	1. Что означает и каково содержание продюсирования медиаконтента в PR? 2. Какие инструменты могут быть использованы в процессе продюсирования? 3. Каков общий производственный алгоритм для разных видов контента? 4. Какие шаги включает в себя продюсирование контента? 5. Как график продюсирования помогает установить сроки и другие параметры процесса продюсирования? 6. Каковы основные инструменты аудита производственного процесса и его результативности? 7. В чем заключаются креативные технологии кейса по связям с общественностью «Тольяттиазот»? 8. В чем заключаются креативные технологии кейса: «Истории Зинаиды Корневой»? 9. В чем заключаются креативные технологии кейса: «Приёмная кампания университета ИТМО»? 10. Какие направления относятся к пониманию основ копирайтинга? 11. Кем является и каковы его основные профессиональные функции копирайтера? 12. Что общего и каковы отличия между копирайтингом и контент-маркетингом? 13. Что общего и каковы отличия между копирайтингом и брендингом? 14. Каковы основные направления SEO-маркетингового копирайтинга? 15. Что относится к основным элементам SEO-копирайтинга? 16. Что необходимо для создания пресс-релиза? 17. Как соотносится пресс-релиз и реклама и в чем их отличия? 18. Какова конечная цель пресс-релиза?

	19. Какие направления входят в общую структуру пресс-релиза? 20. Каковы направления связей с общественностью в органах государственного управления – GR? 21. Как в государственном управлении представлено системой связей с общественностью? 22. Что относится к задачам специалистов в области отношений с властными структурами? 23. Почему GR не следует рассматривать в отрыве от PR? 24. Что относится к основным функциям GR? 25. Почему пресс-служба - одно из важнейших подразделений службы по связям с общественностью? 26. Каковы функции пресс-службы в органах государственной власти? 27. Каковы основные направления PR в ГМУ? 28. Почему спонсорство и фандрайзинг относится к PR? 29. Почему спонсорство является специализированным видом связей с общественностью? 30. Почему фандрайзинг является активным и инструментом PR коммуникаций? 31. Как развивается волонтерский фандрайзинг? 32. Каковы источники привлечения ресурсов в фандрайзинге? 33. Что такое социальная реклама и как она регулируется в России? 34. Как соотносится социальная реклама и PR? 35. Что нового в социальной рекламе с принятием Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»? 36. Какой и как координирует оператор вопросы распространения социальной рекламы? 37. Какова тематика увиденной/услышанной социальной рекламы в мире и в России? 38. С чем и какими показателями связана эффективность восприятия социальной рекламы в соцсетях? 39. Какие направления должны учитывать специалисты соцсетей и маркетологи НКО? 40. Как использование искусственного интеллекта (ИИ) влияет на создание социальных проектов и каковы перспективы его эксплуатации?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	Эссе	Напишите эссе на тему «Почему важно хранить репутацию?»
2	Раздел 2. Репутационная политика компании	Коллоквиум	Тема коллоквиума: методы управления репутацией в различных отраслях
3	Раздел 3. Управление корпоративной репутацией	Реферат+ презентация	Реферат: Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией, представление пяти отраслевых примеров.
4	Раздел 4. КСО и корпоративная репутация	Тестирование	Примеры тестовых заданий 1) Что не является источником ответственности бизнеса А) предвидение последствий Б) страх перед кризисами В) уровень образованности персонала и руководства Г) интересы и ценности 2) Организационная форма социальной ответственности предполагает А) закрепление норм КСО в положениях, инструкциях, договорах, контрактах Б) закрепление норм КСО на законодательном уровне В) организация и проведение мероприятий по защите окружающей среды Г) организация и проведение корпоративных мероприятий 3) Какое название носит теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей? А) теория корпоративного эгоизма Б) теория корпоративного альтруизма В) теория ответственного поведения Г) теория социальной ответственности 4) Что объединяет концепция социально ответственного бизнеса? А) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам; Б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах; В) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом;

			Г) все ответы верны. 5) Социальная ответственность - это: А) этический принцип Б) закон, обязательный для исполнения В) норматив Г) все ответы верны
5	Раздел 5. Оценка эффективности построения репутации	Реферат+ презентация	Реферат: Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы (представьте 5 отраслевых примеров)

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества. 2. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации. 3. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация. 4. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации. 5. Роль государственных институтов в формировании репутации организации. 6. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации. 7. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний. 8. Репутация как социальный феномен прошлого и настоящего цивилизационной культуры. 9. Искусство управления репутацией. 10. Технологии создания и управления корпоративными репутациями. 11. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации. 12. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации. 13. Механизмы репутационного менеджмента. 14. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. 15. Основные средства повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией. 16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание. 17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. 18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. 19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. 20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта. 21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию 22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы поведения потребителей. Принятие решения о покупке	Контрольная работа	Задания на контрольную работу Раскрыть содержание поведенческих аномалий (взаимная выгода, неприятие несправедливости) и приведите примеры их характеризующие. Раскрыть содержание поведенческих аномалий (импульсное инвестирование, межвременное потребление) и приведите примеры их характеризующие. Раскрыть содержание поведенческих аномалий (стадное поведение, предпочтение текущего потребления) и приведите примеры их характеризующие.
2	Раздел 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей	Контрольная работа	Задания на контрольную работу Описать внешние факторы, влияющие на поведение потребителей. Приведите примеры. Описать внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Приведите примеры. Описать факторы культурного порядка и приведите примеры влияния на поведение потребителей.
3	Раздел 3. Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей. Организационное покупательское поведение	Контрольная работа	Задания на контрольную работу Охарактеризовать микроэкономическую модель поведения Дж. Катона и укажите ее отличительные черты от модели Ховарда. Охарактеризовать модель поведения Энджел-Блэкуэлл-Миниард и укажите ее отличительные черты от модели Ховарда. Охарактеризовать модель поведения Ховарда и укажите ее отличительные черты от модели Дж. Катона.
4	Раздел 4. Поведение потребителей в различных маркетинговых системах	Контрольная работа	Задания на контрольную работу Причины послепокупочных реакций потребителей. Методы борьбы с когнитивным диссонансом. «Сарафанное радио» как послепокупочный феномен. Классификация потребителей-организаций. Особенности процесса закупок организациями. Процесс выбора поставщиков. Особенности торговых переговоров с покупателями-организациями

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Потребление как парадигма человеческого бытия. 2. Роль государства и социума в процессе личного потребления. 3. Потребление как двустороннее явление: потребление независимое и навязанное 4. Схема управления потребительским поведением на уровне государства. 5. Модель индивидуального потребительского поведения. 6. Роль внешних факторов. Факторы культурного порядка. Формы проявления культуры. 7. Субкультуры поведения потребителей. Культурные поведенческие аспекты с позиций маркетинга. 8. Учет национальных особенностей потребительской психологии. Особенности российского потребительского менталитета. 9. Социальная структура и стратификация общества. 10. Признаки социальной дифференциации (расслоения). 11. История человечества как перманентное соревнование. 12. Потребительское поведение как потребление символов. 13. Социализация личности. 14. Социальный статус и социальные роли. 15. Виды статусов: приобретенные, достигаемые, объективные, субъективные. 16. Понятие «социальная группа», «социальный класс». Признак социальной 17. Классовый долевой состав российского общества. Сложность определения 18. социального положения в РФ. 19. Социальная роль. Принцип соответствия социальной роли и статуса уровню и качеству потребления. 20. Группа и ее структурная организация. Социометрическая структура группы. 21. Понятие референтных групп. Степень воздействия референтных групп на личность. 22. Различия в реакциях на «своих» и «посторонних». 23. Определение понятия общественного мнения. 24. Виды санкций внутри малых групп. Виды поощрений. 25. Роли лиц, принимающих участие в принятии решения о покупке. Прием влияния продавца на спутников покупателя. 26. Эффект модных вещей для субъекта. Вещи как мессидж (послание сообщения) социуму. 27. Статус модного в рекламе и других маркетинговых коммуникациях. 28. Роль моды в экономике, политике, управлении людьми. 29. Мотивы гонки за модой. 30. Пути происхождения и движение моды. Процесс развития моды «сверху вниз» и «снизу вверх». 31. Особенности современной моды. 32. Структура потребителей моды. 33. Феномен диффузии инноваций. Значение «критической массы» потребителей для процесса брендирования.

	34. Понятие о мотивах и фундаментальных потребностях (ФП). 35. Определение понятия мотива. 36. Механизм функционирования потребностей как побудительная сила к действию. 37. Определение понятия стимула. 38. Рациональные, эмоциональные и смешанные мотивы в поведении потребителей. 39. Потребность в действии и достижении цели как связующая потребность. 40. Стимулирующая роль препятствий. Неудовлетворенность как фундамент для бесконечного процесса потребления. 41. Иерархия фундаментальных потребностей (ФП) среднего члена современного общества потребления. Схема блоков ФП. 42. Блок физиологических ФП. 43. Блок гедонистических ФП. 44. Блок социальных (коммуникативных, межличностных) ФП. 45. Блок ФП в достижении, в деятельности. Блок когнитивных ФП. 46. Блок духовных ФП. 47. Мотивация процессов покупки новой вещи. Рекомендации для рекламы. 48. Мотивы приверженности старым вещам и привычным маркам. 49. Мотивы посещения магазина: личные мотивы, социальные мотивы. 50. Феномен шопинга. Составляющие шопинг-интереса. 51. Ситуационная мотивация покупок. 52. Общие черты поведения потребителей в условиях рыночной экономики. 53. Удовлетворение нематериальных потребностей через материальные. 54. Выбор торгового предприятия по рефлекторному принципу прошлого опы 55. Компенсационный мотив покупок товаров для детей занятыми родителями. 56. Роль этикеток (лэйблов) при выборе продукта. Три категории намерений покупателей (степени запланированности покупок). 57. Значение выбора места покупки. 58. Информационный поиск: внутренние и внешние источники. Обращение к рекомендациям как проявление страха перед неизвестным. 59. Алгоритм совершения покупки стоимостью выше среднего. 60. Создание дополнительной ценности продукту как главная задача продав 61. Стратегия ориентации на постоянного клиента. 62. Методы борьбы за богатого клиента в ритейле. 63. Учет цикличности акта покупки («цикл чесотки» по Тому Хопкинсу). 64. Поводы обращений к покупателям со стороны коммерсанта с целью напомнить о себе. 65. Организация розничной торговли с учетом удовлетворения потребностей человека. 66. Причины послепокупочных феноменов. Методы борьбы с когнитивным диссонансом. 67. «Сарафанное радио» как послепокупочный феномен. 68. Классификация потребителей-организаций. 69. Особенности процесса закупок организациями. 70. Процесс выбора поставщиков. 71. Особенности торговых переговоров с покупателями-организациями. 72. Консьюмеризм как движения в защиту прав потребителей в развитых обществах. 73. Закон о правах потребителей. 74. Поведение потребителей. Современная концепция маркетинга. 75. Основные понятия поведения потребителей. 76. Осознание потребности. Факторы активизации потребности.

	77. Поиск информации, схема, параметры и виды поиска. 78. Факторы, влияющие на поиск. 79. Основные критерии при оценке вариантов покупки. 80. Методы оценки набора вариантов. 81. Составляющие покупки, виды покупок. 82. Маркетинг взаимоотношений, его составляющие. 83. Мотивы шопинга (личные и социальные). 84. Прямой маркетинг, его составляющие. 85. Мерчендайзинг и его составляющие. 86. Потребление, варианты использования товара. 87. Послепокупочный диссонанс. 88. Избавление от продукта. Формы избавления 89. Послепокупочная оценка. Виды суждений об удовлетворении. 90. Способы сохранения лояльности потребителей. 91. Рынок товаров промышленного назначения. 92. Рынок промежуточных продавцов и государственных учреждений. 93. Товарный ассортимент и типы покупателей по осведомленности. 94. Культура, как фактор внешнего влияния на потребителей. 95. Культурные различия в невербальных коммуникациях. 96. Ценности как фактор внешнего влияния на потребителей. 97. Влияние демографии и социального статуса. 98. Влияние референтных групп и домохозяйств. 99. Внутренние факторы влияния на поведение потребителей. 100. Мотивация потребителей и продавцов. 101. Консъюмеризм и бихейверизм. Защита прав потребителей. 102. Типы потребителей по отношению к новым товарам.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиа-рилейшнз организаци**	Эссе	«Отношения с медиа: можно ли добиться дружбы?»
2.	**РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы**	Эссе	«Система медиа в РФ: расцвет или упадок?»
3	**РАЗДЕЛ 3 Цели и задачи работы медиа-рилейшнз организации**	Эссе	«Секреты успеха работник сферы медиарилейшнз» «Как создать медиаслужбу в организации с нуля»

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. 2. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. 3. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов. 4. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие. 5. Должностные обязанности сотрудников. 6. Требования к сотрудникам медиа-рилейшнз. Смежные виды деятельности. 7. Юридический аспект деятельности медиа-рилейшнз. 8. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ. 9. Экономический аспект свободы журналистики. 10. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости. 11. Гражданская ответственность. 12. Юридическая ответственность. 13. Этическая ответственность журналиста 14. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы. 15. Правовой статус сотрудника медиа-рилейшнз и работника СМИ. 16. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действенности публикаций. 17. Правила отнесения информации к государственной тайне. 18. Коммерческая и служебная тайна. 19. Доступ к архивной информации. 20. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан. 21. Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти. 22. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании. 23. Аккредитация журналистов. 24. Роль медиа-рилейшнз в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.

	25. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа. 26. Роль медиа-рилейшнз в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. 27. Понятия и основные характеристики имиджа. 28. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный). 29. Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга. 30. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Креативный процесс: понятие, этапы	Контрольная работа	Студенту необходимо выбрать для анализа две коммуникативные кампании, которые были реализованы не позднее 1-2 двух лет. Рассмотрите, какие решения были реализованы в наружной рекламе, какие были в качестве ивентов, были решения по формированию внешнего стиля. Например, ребрендинг и его внедрение, выход нового продукта и т.п.
		Контрольная работа	При анализе опишите, что именно изменилось, аргументируйте какие решения вы оцениваете положительно, какие нейтрально. Найдите комментарии экспертов к выбранной вами теме (например, маркетологов на профильных сайтах).
2	Раздел 2. Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей	Контрольная работа	Подготовьте полный разбор предложенной преподавателем темы по технике 6 шляп, пропишите каждую шляпу.
		Контрольная работа	Для аналитических ответов используйте реальные данные, которые можно найти в специальной литературе или на профильных сайтах.
3	Раздел 3. Техники на основе выбора решений и аналитики	Контрольная работа	Подготовьте полный разбор предложенной преподавателем темы в одной из техник, обоснуйте выбор техники. При подготовке решений проанализируйте не менее двух уже существующих примеров решений похожих (смежный проблем).
		Контрольная работа	Для аналитических ответов используйте реальные данные, которые можно найти в специальной литературе или на профильных сайтах.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста 2. Цели и задачи креативной деятельности 3. Пять слагаемых креативности Энди Грина. «Пять I» 4. Креатив как творческий процесс 5. Виды УТП и их особенности 6. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы 7. Творчество и основные элементы творческого процесса 8. Роль психических процессов в формировании рекламных образов 9. Ассоциации и архитипический символ в рекламе 10. Рекламный образ и приемы его создания 11. Драматургия в различных видах рекламы 12. Сценарий – основная форма драматургической организации рекламы 13. Тема, идея, проблема. Их сущность и содержание 14. Композиционное построение сценария различных рекламных форм 15. Авторский и сюжетный ход в рекламе 16. Особенности жанрового разнообразия в рекламе 17. Игра как творческая деятельность 18. Виды игр и игровые приемы в рекламе 19. Юмор в рекламе. Приемы создания смешного в рекламе 20. Метод мозговой атаки как метод активизации творческих идей 21. Креативные техники в рекламе 22. Профессиональные качества специалиста в области рекламы 23. Этические основы рекламного творчества
ПК-2	24. Сущность и содержание информационного общества 25. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных 26. интересах государства в сфере информации 27. Информационная безопасность в сфере современных медиа 28. Информационная политика государства, конкретного СМИ 29. Табуированные темы в современных медиа 30. Книга в структуре новых медиа. Гипертекст 31. Модусы восприятия в медиареальности 32. Публичные пространства и город в эпоху новых медиа 33. Российская Федерация и мировое информационное пространство 34. Психоаналитические модели креативности 35. Психофизиологический подход к исследованию креативности 36. Дивергентное мышление по Дж Гилфорду 37. Автобиографические исследования творческой личности 38. Стимуляция креативности на когнитивном уровне 39. Мотивационные детерминанты креативности

	40. Методы развития и стимуляции креативности 41. Разнотекстовая креативности 42. Диагностика невербальной креативности 43. Определение креативности, креативной технологии 44. Роль бизнеса в развитии креативных технологий 45. Понятие контента. Правила наполнения контента 46. Требования к контент-менеджеру 47. Инфографика 48. Методика анализа целевой аудитории контента 49. «Мозговой штурм» как наиболее востребованная креативная технология и особенности 50. ее актуализации 51. Технологии, основанные на образном мышлении (катена, синектика, рефрейминг) 52. Сравнительный анализ различных методов развития креативности. 53. Теория решения изобретательских задач 54. Основные методы методологии ТРИЗ 55. Технология, разработанная Х.Алдером 56. Особенности технология «Шесть шляп» де Боно 57. Креативная технология Х.Оуэна «OpenSpace 58. Общая характеристика и базовый алгоритм «Круговора» Ч. Лендри 59. Особенности распространение контента. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Сайт как СМИ 60. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент 61. Маркетинговая составляющая рекламного сообщения. Понятие 62. Жизненного Цикла Товара 63. Креатив. Качества креатива 64. Креатив и потребности целевой аудитории 65. Структура мотивации потребителей

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы формирования и изучения общественного мнения	Контрольная работа	В чем заключаются причины возрастания роли общественного мнения в современном обществе? Сравните характеристики двух социальных групп – толпы и публики? Какие факторы определяют возрастание роли общественного мнения в демократическом обществе? Сравните основные положения теории общественного мнения Г. Тарда и Г Лебона, выделив совпадения позиций ученых и их различия. Какой феномен общественного мнения открыл У. Липман? Каково основное понятие в концепции общественного мнения Н. Лумана. Из каких элементов оно состоит? В чем заключается двухступенчатость модели общественного мнения П. Лазарсфельда? Общественное мнение какого субъекта изучал Б.А. Грушин в процессе своих исследований? В чем суть теории спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Почему критикуют эту теорию? Почему капитализм способствовал развитию общественного мнения?
2	Раздел 2. Профессиональное изучение общественного мнения	Контрольная работа	Какое открытие/изобретение послужило толчком для профессионализации сферы исследований общественного мнения? Какая экономическая модель была положена в основу деятельности Института Гэллапа? Используется ли она сегодня? Какова основные принципы работы Института Гэллапа?

			Какие социальные институты были заинтересованы в получении информации об общественном мнении? В чем ограничение прогнозной функции опросов общественного мнения и как его преодолевают социологи? Перечислите виды количественных исследований и кратко опишите их. Объясните основные правила расчета выборки. Перечислите вида качественных исследований. Кратко объясните, для каких целей используется каждое из них. Какие центры изучения общественного мнения существуют в России? Перечислите не менее пяти.
3	Раздел 3. СМИ как канал распространения общественного мнения	Контрольная работа	На какой потребности человека базируется деятельность массмедиа в современном обществе? Каковы основные функции массмедиа? В чем проявляется избирательность массмедиа в публикации результатов общественного мнения? Объясните на примере разных медиа. Как происходит фреймирование общественного сознания? В чем суть технологии прайминга? Для чего используется индексация новостей? Какова роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания? Как используется СМИ эффект первичности коммуникативного воздействия? Какие дополнительные факторы влияют на общественное мнение? В чем заключаются постэффекты коммуникации?
4	Раздел 4. Изучение общественного мнения в сфере рекламы	Контрольная работа	Для чего востребовано изучение общественного мнения в сфере рекламы? Какие методы изучения общественного мнения используются в рекламе? Можно ли прогнозировать результаты будущих рекламных кампаний на основе данных

			прошедших? Какие методы изучения общественного мнения используют для тестирования рекламы? Какие индикаторы служат для измерения посткоммуникационных эффектов рекламы? Какие базы данных включат Медиаскоп и каковы их возможности?
5	Раздел 5. PR как средство формирования общественного мнения	Контрольная работа	Что такое медиарилейшнз? Как эта деятельность связана с общественным мнением? Каковы основные векторы развития медиарилейшнз в современном обществе? Какие новые формы медиарилейшнз появились? Каковы основные функции медиарилейшнз? В чем заключается общность и противоречивость взаимодействия специалистов по связям с общественностью и журналистов? Перечислите и объясните. Каковы основные виды мероприятий, с помощью которых реализуется PR-политика организации? Напишите, в чем отличие пресс-конференции от брифинга? В чем отличие презентации от пресс-конференции? В чем суть метода пресс-тур? Каких принципов нужно придерживаться специалистам по PRпри организации PR-мероприятий? В чем заключаются особенности медиарилейшнз в онлайн среде?
6	Раздел 6. Управление общественным мнением в политической сфере	Контрольная работа	Дайте определение электорального поведения и перечислите его составляющие. В чем заключается феномен электорального абсентеизма? Каким странам свойственен высокий уровень электорального абсентеизма, а каким – наоборот, - высокий уровень электорального участия? С чем это связано? К какой группе стран относится Россия? Почему?

			В чем заключается концепция рационального выбора в теории электорального поведения? На чем построена концепция ретроспективного голосования М. Фиорина. Сравните основные положения теории ретроспективного голосования М. Фиорина и теории перспективного голосования Х. Химмельвейта, выделив их общие положения и отличительные. На чем основана социологическая модель электорального поведения? В чем ее ограничения? Какова основная идея социально-психологических моделей электорального поведения? В чем суть мичиганской парадигмы Р. Кана и А. Кэмпбелла. Объясните понятие «пирамида причинности». Каковы мотивы электорального поведения Р. Роуза и М. Маккалистера?

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-7	1. Понятие общественного мнения. Предвестники общественного мнения. 2. Общинный образ жизни. Роль запретительно-разрешительных матриц в регулировании поведения членов родов. 3. Условия формирования общественного мнения. Первые формы проявления общественного мнения. 4. Капитализм как система индивидуализации мнений членов общества. 5. Теория толпы и публики Г. Тарда. 6. Теория общественного мнения Г. Лебона. 7. Теория общественного мнения П. Сорокина. 8. Феномен общественного мнения в работах У. Липмана. 9. Подход к пониманию общественного мнения Н. Лумана. 10. Двухступенчатая модель формирования общественного мнения п. Лазарсфельда. 11. Исследование общественного мнения В. М. Хвостовым. 12. Изучение общественного мнения Б. А. Грушиным. 13. Исследования общественного мнения Д.П. Гавра. 14. Теория спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. 15. Концепция общественного мнения Н. С. Мансурова. 16. Разработка алгоритма выборки. Начало формирования рынка профессиональных услуг по исследованию общественного мнения. 17. Начало деятельности Института Гэллапа. Принципы работы Института Гэллапа. 18. Подписная модель как основа финансирования институтов и центров изучения общественного мнения. 19. Становление отрасли изучения мнений и предпочтений потребителей. 20. Прогнозные возможности опросов общественного мнения. Ограничения прогнозной функции опросов. Причины прогнозных ограничений. 21. Количественные исследования общественного мнения. Правила формирования выборки. Понятие репрезентативности выборки. 22. Массовые опросы. Опросы face-to-face. Телефонные опросы. Онлайн опросы. 23. Правила конструирования анкеты и разработки вопроси и вариантов ответов. Типы вопросво. 24. Правила подбора и подготовки интервьюера. Инструктирование интервьюера. 25. Обработка результатов. 26. Интерпретация результатов опроса. 27. Формы проведения опросов. Анкетирование и интервьюирование. 28. Качественные исследования. Разновидности качественных исследований. 29. Глубинное (фокусированное) интервью. Групповые интервью.

	Открытые групповые дискуссии. 30. Наблюдение. Фокус-группы. Контент-анализ. 31. Лабораторные исследования. Психолингвистические исследования. Тестирование рекламного сообщения. 32. Центры изучения общественного мнения. Российские и зарубежные центры изучения общественного мнения. 33. 34. Потребность общества в информационном обеспечении как основа деятельности массмедиа. Функции массмедиа.Характеристики массмедиа современного общества. 35. Публикация данных опросов общественного мнения. Зондажи общественного мнения. Законы, регламентирующие публикацию результатов предвыборных исследований. Правила публикации опросов. 36. Избирательность массмедиа в публикации результатов исследований общественного мнения. Регулирование смыслом, расположением, размером, длительностью, повторами. 37. Роль каждого медиа в формировании общественного мнения. Фреймирование общественного мнения. 38. Технология прайминга. Технология установления повестки дня. Индексация новостей. 39. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в восприятии социальной действительности. Формирование поведения под воздействием стереотипов. 40. Роль СМИ в формировании стереотипов сознания индивидов, социальных групп и сообществ. 41. Групповое воздействие в процессе формирования общественного мнения. Влияние лидеров мнений. 42. Закон предшествования или эффект первичности коммуникативного воздействия. 43. Роль коммуникативной обстановки. Наличие альтернативных источников информации как фактор влияния. 44. Дополнительные факторы влияния на общественное мнение. 45. Посткоммуникативные эффекты. 46. Востребованность результатов изучения общественного мнения в сфере рекламы. 47. Измерение посткоммуникационных эффектов. 48. Прогнозирование результатов будущих рекламных кампаний. 49. Использование индустриальной базы данных Mediascope (ранее – TNS Gallup Media). Возможности программных пакетов Mediascope (ранее – TNS Gallup Media). 50. Понятие медиарилейшнз. Векторы развития медиарилейшнз. Традиционные и новые виды медиарилейшнз. 51. Функции медиарилейшнз. Объекты изучения медиарилейшнз. 52. Основные составляющие медиарилейшнз. 53. Принципы общения специалистов по СО с журналистами. Общие интересы и противоречия в работе PR-специалистов и журналистов. 54. Способы взаимодействия PR-специалистов и журналистов. Выстраивание личных границ и соблюдение делового этикета. 55. Виды мероприятий для журналистов в контексте медиарилейшнз. 56. Пресс-конференция. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Презентация. 57. Интервью. Спецпроект. Особенности организации различных видов мероприятий по PR.

	58. Онлайн-инструменты медиарилейшнз. Особенности медиарилейшнз в онлайн среде. 59. Особенности медиарилейшнз с блогерами. Преимущества и недостатки работы с блогерами. 60. Исследования Медиалогии, возможности базы данных, формы отчетов, медиа статистики. 61. Понятие электорального поведения. Составляющие электорального поведения. 62. Электоральное участие и электоральный абсентеизм. Выборы как акт электорального поведения. 63. Исследования электорального поведения А. Зигфрида и Г. Тингстена. 64. Теории электорального поведения. Концепции рационального выбора. 65. Формула поведения рационального избирателя Э. Даунса. 66. Концепция ретроспективного голосования М. Фиорина. 67. Модель перспективного голосования Х. Химмельвейта. 68. Социологическая модель электорального поведения. 69. Социально-психологические теории. 70. Теория авторитарной личности Т. Адорно. 71. Двумерная модель Г. Айзенка. 72. Мичиганская парадигма Р. Кана и А. Кэмпбелла. Пирамида причинности. 73. Теория Дж. Клаппера. 74. Мотивы электорального поведения Р. Роуза и М. Маккалистера. 75. Теория одномерного человека Г. Маркузе. 76. Взаимосвязь между установками в отношении работы государственных институтов и электоральной активностью/пассивностью. Факторы наибольшего влияния на электоральную активность/пассивность. 77. Страны с высокой электоральной активностью, демонстрирующие электоральный абсентеизм. Страны промежуточной группы. Характерные модели электоральной активности для стран различных групп. Средние показатели электоральной активности. 78. Дополнительные факторы, влияющие на электоральную активность. 79. Общественное мнение в отношении основных государственных персон и институтов в России. Динамика изменения общественного мнения по важным для общества вопросам.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДИНГА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	Практико-ориентированное задание	Задание. Выберите и проанализируйте образцы современной телевизионной / печатной /наружной / радиорекламы. Определите тип рекламы по различным классификациям. Проведите SWOT-анализ выбранного регионального бренда. Проведите конкурентный анализ выбранного регионального бренда. Проанализируйте дизайн-концепцию выбранного регионального бренда. Проведите коммуникационный анализ выбранного регионального бренда.
		Практико-ориентированное задание	Задание. Проведите исследование лояльности потребителей, задавая им вопрос: «Насколько больше Вы готовы заплатить за… известной компании по отношению к неизвестному производителю?»
2.	Раздел 2. Социальная реклама	Практико-ориентированное задание	Задание . «Разработка бренд- бука организации» 1 Краткая характеристика организации или учреждения 2 Концепция бренда. 3 Описание товарного знака, логотипа 4 Описание средств самоидентификации учреждения, организации Методы продвижения бренда – описание конкретных мероприятий по продвижению бренда на рынке, в регионе, стране? Задание 2 Выбрать бренд, с которым вы будете работать (бренд Х). Это должен быть реальный бренд, представленный на российском, зарубежном или глобальном рынке. Это может быть бренд компании, в которой вы работаете или хотите работать. Это может быть бренд, который вам интересен и который вы хотите изучить. Кратко охарактеризуйте товарную категорию, к которой относится бренд Х. Кратко опишите характерные особенности бренда Х. Кратко опишите характерные особенности брендов – прямых конкурентов бренда Х в той же товарной категории. Изложите, какие ограничения потребителей сдерживают рост экономической эффективности бренда Х. Изложите, какие ключевые ресурсы потребуются производителю бренда Х для реализации 3 компонентов стратегии: 1) продажа большему числу потребителей; 2). продажа большего количества товара; 3) продажа
		Практико-ориентированное задание	

			по более высоким ценам . Кратко охарактеризуйте бренд Х, опишите, какой он? Закончите фразу: «Потребители выбирают бренд Х, потому что он…». Напишите 5-7 аргументов для выбора этого бренда. Проанализируйте написанное. Если в описании бренда Х речь идет о форме (означающем), поставьте букву «Ф», если о содержании (означаемом) – букву «С», если о предметных свойствах (денотате, референте) – букву «П»1. Подсчитайте, каких букв больше всего? Сделайте вывод, что влияет на выбор потребителей – форма бренда, его содержание или предметные свойства брендового товара. Опишите значение бренда Х на функциональном, личностном, социальном и культурном уровнях. Какой уровень значения бренда вы считаете самым важным для потребителей? Опишите индивидуальность бренда Х. Для этого опишите его, как если бы он был человеком. Опишите бренд Х в категориях личностных черт человека (черт характера) – 5-7 характеристик. Продумайте и заполните Колесо бренда (Brand Wheel) для бренда Х. Продумайте и заполните Призму идентичности бренда Ж. Н. Капферера для бренда Х. Помните, что правильно заполненная идентичность бренда должна однозначно и точно идентифицировать бренд, как паспорт – человека. Примечания. А. Слово для грани «Индивидуальность» подходит, если этим словом можно назвать характер человека. Б. Грань «Самообраз» лучше всего описывать от первого лица: «Я …». В. Грань «Отражение» лучше всего описывать от третьего лица: «Он/она …». Г. Выберите, какая грань «Самообраз» или «Отражение» вашего бренда более важна для потребителей. Д. Грань «Взаимоотношения» описывается как метафора межличностных (отношения без дистанции) или деловых (отношения с дистанцией) отношений. Для того чтобы правильно описать грань «Взаимоотношения», нужно ответить на вопрос: «Каким образом персонаж «Индивидуальность» может помочь персонажу «Самообраз» или «Отражение» стать таким?» Проверьте составленную вами Призму идентичности бренда на каком-либо знакомом, который знает этот бренд. Для этого дайте ему зачитать содержание Призмы (кроме названия бренда и грани «Физические данные»). Сможет ли он безошибочно идентифицировать бренд А. без указания товарной категории; Б. с подсказкой товарной категории? Сделайте вывод относительно качества составленной Призмы идентичности бренда. Какую грань Призмы идентичности бренда вы считаете самой важной для потребителей? При необходимости, скорректируйте грани Призмы идентичности бренда.
3	Раздел 3. Социальный пиар	Практико-ориентированное задание	Задание. Приведите примеры и прокомментируйте влияние менталитета народа на отношение к бренду (например, фреймы «дарения», «добывания» и др.)

		Практико-ориентированное задание	Задание. Проведите «слепые» тесты на предпочтение какого-либо продукта (парфюмерии, стирального порошка или др.). Каковы будут Ваши выводы?

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1 Преимущества «расширения» товарной марки. 2 Понятие «бренда» и «товарной марки». Сходства и отличия. 3 Сущность и содержание понятий «бренд» и «товарная марка». 4 Концептуальные подходы к брендингу: рациональный, эмоциональный, социальный. 5 Классификация брендов. 6 Преимущества брендов для потребителей, производителей и государства. 7 Развитие брендинга в России: тенденции и специфика. 8 Понятие «бренд-менеджмента». 9 Западная школа брендинга: сущность, преимущества и недостатки. 10 Восточная школа брендинга: сущность, преимущества и недостатки. 11 Типы корпоративных брендов. 12 Этапы создания бренда. 13 «Колесо бренда». 14 Создание имени бренда. Лингвистичесикй анализ. 15 Позиционирование бренда. Концепция позиционирования 16 Ко-брендинг. 17 Направление и виды Интернет-брендинга. 18 Стратегическое развитие портфеля брендов. 19 Ребрендинг. 20 Бренд-менеджмент в B2B-сфере. 21 Фирменный стиль: элементы и их характеристика. 22 Сущность марочного капитала. 23 Методы оценки марочного капитала. 24 Фальсификация и имитация брендов. 25 Вопросы интеллектуальной собственности товарных знаков. Принципы правоохранности. 26 Система мер по защите и охране брендов. 27 Диверсионный анализ. 28 Преимущества брендов для их владельцев и потребителей. 29 Бренд-план: понятие и назначение, содержание. 30 Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке. 31 Мотивационный анализ и сегментирование в брендинге. 32 Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции. 33 Создание бренда: построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда». 34 Основы брендинга как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами. 35 Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда.

ОПК-7	1 Понятие бренда, стратегического бренд-менеджмента, соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. 2 Брендинг как наиболее эффективная стратегия бизнеса на высоко конкурентных рынках. 3 Ставка на бренд-лидерство и синергию. 4 Традиционная и современная концепции брендинга. 5 Брендинг и функции стратегического бренд-менеджера в компании в традиционной концепции и в концепции бренд-лидерства. 6 Основные брендируемые объекты и типы брендов. 7 Дом брендов и брендированный дом: преимущества и недостатки различных подходов к брендированию. 8 Корпоративные бренды, особенности их взаимодействия с товарными брендами. 9 Самостоятельные товарные бренды и зонтичные (ассортиментные) бренды. Узкие и широкие зонтики. 10 Суббренды: функции и особенности их использования. 11 Портфель бренда и архитектура бренда: соотношение понятий. 12 Роли брендов. Роли брендов в портфеле: стратегический бренд, запускающий бренд, «серебряная пуля», «дойная корова». 13 Структура портфеля брендов, основные параметры: группировка по значимым характеристикам, иерархическое дерево, ассортимент. 14 Понятие и основные типы стратегии брендинга при работе с портфелем брендов. 15 Сегментирование рынка как основа разработки сильного бренда (цели, этапы и переменные сегментирования). 16 Типы покупателей, потребительское поведение, мотивы. 17 Выбор целевого сегмента, составление «профиля» целевого сегмента. 18 Система управления брендом средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций: методика профессора Д. Шевченко. 19 Типичные ошибки при разработке бренда. 20 Бренд как продукт, бренд как организация, бренд как личность, бренд как символ. 21 Надежность бренда в глазах потребителей. 22 Позиция бренда, программы создания бренда. 23 Моделирование сущности бренда и бренд-имиджа: обзор западных систем. 24 Видение, миссия, ценности корпоративного бренда. 25 Другие формы презентации бренд-имиджа. 26 Понятие, виды атрибута бренда. 27 Имя бренда. Фирменный знак, логотип, фирменный стиль и фирменная символика, музыкальное оформление, голос и др. 28 Знак идентификации как инструмент брендинга. 29 Понятие сильного коммерческого знака (названия, изобразительного знака). 30 Жизненный цикл товара и жизненный цикл бренда. 31 Стратегические задачи управления брендом. 32 Понятие капитала бренда. 33 Развитие бренда во времени и управление лояльностью потребителей. 34 Развитие бренда в контексте товарных категорий: растяжение и расширение бренда – преимущества и риски. 35 Способы корректировки и "реанимации" бренда: Кобрендинг, его

	преимущества и ограничения. 36 Аудит бренда: внешний, внутренний, комплексный. 37 Бренд-трекинг. 38 Понятие и роль маркетинговых коммуникаций, составляющие и элементы. 39 Понятие бренд-коммуникаций, отличие данного понятия от понятия маркетинговых коммуникаций. 40 Основные принципы бренд-коммуникационного планирования. 41 Ставка на синергию: интеграция коммуникации знаков идентификации торговой марки, ATL- и BTL-коммуникаций. 42 Бренды как нематериальные активы компании, способствующие ее капитализации и увеличению стоимости. 43 Создание бренда как инвестиционный проект. 44 Денежные потоки с учетом и без учета затрат на брендинг. 45 Стоимость инвестиций в брендинг. 46 Причины существенного расхождения оценки стоимости брендов разных компаний. 47 Определения термина «бренд». 48 Основные понятия в брендинге. 49 Различие между терминами «бренд» и «товарный знак». 50 Основные показатели эффективности бренда. 51 Эмоциональный капитал бренда. 52 Формирование лояльности к бренду. 53 Хранители бренда. 54 Составление бренд-бука. 55 Планирование коммуникаций как инструмент развития бренда. 56 Структурообразующие элементы архитектуры бренда. 57 Суб-бренды и ко-бренды. 58 Методы проведения аудита брендов. 59 Опыт мирового брендинга на примере обзоров американских, европейских и российских представителей бренд-менеджмента. 60 Антибрендинг. 61 Сегментирование: подходы. 62 Формирование имиджа бренда. 63 Атрибуты и ценности бренда. 64 Позиционирование бренда. 65 Основные виды стратегий позиционирования бренда. 66 Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем. 67 Креатив: технологии. 68 Бенчмаркинг. 69 Жизненный цикл бренда. 70 Стратегии управления брендом на различных этапах жизненного цикла. 71 Методы выявления признаков старения бренда. 72 Стратегии омоложения бренда. 73 Пирамида бренда: пример. 74 Коммуникационное поле бренда: его стороны. 75 Роль бренда в формировании корпоративной культуры. 76 Понятие идентичности бренда. 77 Отличие идентичности от имиджа бренда. 78 PR как инструмент эффективного брендинга. 79 Влияние бренда на моду. 80 Успешное и неуспешное использование западных концепций брендинга в России. 81 Влияние качественной разработки креативного брифа на результаты

	рекламной кампании в моде. 82 Влияние на имидж бренда имиджа лиц, представляющих бренд. 83 Маркетинговый анализ продвижения бренда на сайте по методике профессора Д. А. Шевченко «НКВДИ» 84 Методика оценки активности бренда в социальных сетях профессора Д.А. Шевченко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) МЕЖДУНАРОДНАЯ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. История становления системы международных маркетинговых коммуникаций. Международный аспект	Кейс задание	Разложите все известные Вам каналы выхода на целевые аудитории в порядке их значимости в следующей ситуации: кейс
2	Раздел 2. Массовый характер коммуникации	Кейс задание	Разработайте план рекламной компании для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе
3	Раздел 3. Современные международные коммуникационные тренды	Тестирование	Тестирование 1. Выберите правильное, на ваш взгляд, понимание коммуникативной культуры: а) это изучение не только языков, но и культур других народов, их обычаев, традиций и норм поведения; б) это исследование различных видов культурной деятельности социальных групп и общностей, их норм, правил и ценностей; в) это овладение и развитие навыков и умений общения у представителей различных культур, которые включают знание языков, культур, обычаев, традиций и норм других народов. 2. Дайте определение следующих понятий: а) Псевдокоммуникация - это...; б) Квазикоммуникация - это. 3. Какие цели преследует изучение межкультурного взаимодействия коммуникативной культурой как дисциплиной? а) определить место коммуникативной культуры среди других наук; б) определить предмет, методологию и понятийный аппарат коммуникативной культуры; в) способствовать правильной интерпретации инокультурного поведения, традиций, обычаев и т.д.; г) обучить практическим навыкам общения с представителями других культур;

			д) вырабатывать национальные культурные стандарты поведения. 4. Методами каких наук пользуется межкультурное взаимодействие как учебная дисциплина? а) лингвистики; б) этносемантики; в) этнологии; г) когнитивной психологии; д) педагогики; е) социологии; ж) политологии; з) теории коммуникации. 5. Этапы какого процесса перечислены? а) эйфория; б) фрустрация; в) естественное восприятие инокультурной среды. 6. Отметьте виды невербальной коммуникации: а) мимика; б) язык и речь; в) жесты; г) обмен посланиями (переписка); д) рукопожатие; е) поклон; ж) символы; з) традиции. 7. В каких этнонациональных культурах (дописать в скобках страну или регион) запрещается или не приветствуется: а) рукопожатие между мужчиной и женщиной ( ); б) распитие спиртного во время фуршета, торжественных ужинов ( ); в) интерес к здоровью супруги ( ); г) поза сидящего человека «нога на ногу» ( ); д) жест руки с поднятым большим пальцем ( ); е) поглаживание по голове чужого ребенка ( ); ж) упаковка подарка в обертку белого цвета ( ); з) преподнесение в подарок часов ( ). 8. Каковы основные коммуникативные формы межкультурной коммуникации: а) вербальная, невербальная, паравербальная

			б) внутренняя, внешняя, смешанная в) бытовая, деловая, персональная 9. На чем основывается межкультурная коммуникация? а) образная система б) знаковая система в) символьная система 10. По восприятию времени культуры делятся на: а) полихронные б) монохронные в) автохронные г) интрохронные

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК - 3	Аудиовизуальная продукция как предмет коммерческого распространения Аутсорсинг в международном маркетинге. В какой сфере PR существует дольше всего? В чем суть идеи А. Пейджа о социальной ответственности бизнеса? Виды партнерства на международном рынке. Где и когда появилось первое бюро паблисити? Докажите, что PR в России имеет признаки социального института. Запрещенные приемы ценообразования История развития мировой рекламы, понятие протореклaмы, характеристика средств протореклaмы. Как называли тип изданий (30-е гг. XIX в.), рассчитанный на массового читателя? Какие каналы коммуникации использовали PR-специалисты в XVIII в. в период войны за независимость? Какова роль PR в политической сфере? Какова роль PR в социально-экономической сфере? Каковы основные тенденции современного периода развития PR? Какой период в истории США получил название «прогрессивного десятилетия» и почему? Классификация средств рекламы. Когда была создана IPRA? Когда была создана АКОС? Когда появились пресс-агентства в США? Кого называли «королём обмана» и в какой сфере он работал? Контроль и механизм финансирования зарубежных каналов сбыта. Контроль и механизм финансирования зарубежных каналов сбыта. Контроль международной маркетинговой деятельности. Концентрированные и дисперсные каналы сбыта. Концентрированные и дисперсные каналы сбыта. Кто и когда стал использовать американский флаг как технологию воздействия на общественное мнение? Международные рекламные агентства Международный жизненный цикл товара и характеристика его основных стадий. Международный жизненный цикл товара и характеристика его основных стадий: международный аспект Международный франчайзинг его сущность преимущество и тенденции развития. Методика комплексного исследования рынка Механизмы контроля рисков. Назовите основные события первого и второго периодов истории PR в России.

	Определение коммуникационной эффективности рекламы Определение экономической эффективности рекламы Основные мотивы потребительского поведения. Основные проблемы адаптации и позиционирования товара на зарубежных рынках. Основные решения в области товарной и марочной политики предприятий - участников внешнеэкономической деятельности. Основные субъекты рекламной деятельности. Основные этапы развития рекламы в РФ. Особенности аудиовизуальной продукции Особенности креатива и разработки рекламы в международном маркетинге. Особенности применения стратегии последовательного и синхронного маркетинга. Охарактеризуйте современную модель PR. Оценка эффекта и эффективности организации международной маркетинговой деятельности компании. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии. Понятие и виды рекламных кампаний. Почему А.Ли считают «знаковой» фигурой американского PR? Правовое регулирование рекламной деятельности: международный аспект Психологические особенности восприятия рекламы в разных странах Расчет эффективности рекламной кампании. Регулирование рекламной деятельности (государственное; негосударственное). Рекламные агентства, их цели и задачи. Роль международного факторинга в развитии российских компаний. Саморегулирование рекламной деятельности средств. Структура маркетинговой информационной системы: международный аспект Структура рекламного агентства, характеристика основных отделов. Технология сбора первичной информации: международный аспект Типы организационной структуры международного маркетинга. Торговые посредники и агенты: функции и принципы выбора. Торговые посредники и агенты: функции и принципы выбора. Факторы ценообразования и ценовые стратегии в международном маркетинге. Факторы, влияющие на восприятие рекламной информации. Факторы, влияющие на эффективность различных рекламных Характеристика основных этапов рекламной кампании. Цели маркетинга аудиовизуальной продукции Ценовая политика "прорыва" и "снятия сливок" при выходе с новым товаром на внешний рынок. Централизация и децентрализация управления маркетинговой деятельностью; преимущества и недостатки. Чем знаменит Амос Кендалл? Что такое паблисити? В какой сфере его активно использовали PR-специалисты в XIX в.? Эволюция организационной структуры международного маркетинга при развитии зарубежной деятельности компании.

	Анализ современного состояния рекламы в России и за рубежом. "Серый" (параллельный) импорт в мировой торговле: сущность, достоинства и недостатки.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга	Контрольная работа	1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга 2. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга 3. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга 1. Цифровые факторы маркетинга-микс 2. SEO - поисковая оптимизация сайта 3. Цифровой маркетинг социальных сетей
2	Раздел 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей	Контрольная работа	Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы 2. Стратегия контент - маркетинга 3. Понимание новых медиа 1. Инструменты цифрового маркетинга 2. Мобильный маркетинг 3. Электронный маркетинг и система CRM
3	Раздел 2. Цифровые факторы маркетинга-микс	Контрольная работа	1. Преимущество стратегии мобильного маркетинга. 2. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов. 3. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама. 4. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы. 5. Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта 6. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений
4	Раздел 4. Поведение потребителей в различных маркетинговых системах	Контрольная работа	1. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта. 2. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений: 3. SMS и MMS рассылки. Маркетологи часто используют SMS маркетинг для общения с клиентами и продвижения бренда. 4. С помощью email маркетинга решаются ключевые задачи для бизнеса: удержание и конвертация посетителей, не совершающих действий. 5. Прямой электронный маркетинг — это метод электронного маркетинга, при котором рассылки рассылаются напрямую потенциальным клиентам. 6. Email-кампания работает в форматах использования ретаргетинга, апсейлов (up sale).

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	Понимание и особенности появления цифрового маркетинга Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга Основные стратегии контент-маркетинга и рекламы Стратегия контент-маркетинга Понимание новых медиа Преимущество стратегии мобильного маркетинга. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений Цели цифровых коммуникаций и их основные виды. Назначение цифровых коммуникаций Особенности общения в цифровом обществе Феномен цифровой реальности и цифрового общества как процессов коммуникации нового типа Коммуникация в условиях сетевого общества Виртуализация социальной реальности в современном обществе Современные проблемы социальной трансформации человека в цифровом обществе Динамика социокультурных изменений российского общества в процессе цифровизации Основные темы исследования социальных медиа: проект WWP Социальные медиа в России Визуальные аспекты социальных медиа Влияние социальных медиа на образование, бизнес, приватность Виртуальные PR Киберсоциализация как новый социальный феномен общества Кибербуллинг в обществе Киберпреступность: виды, борьба с киберпреступностью Цифровое мошенничество: виды, угрозы, способы борьбы Социологические опросы в интернете Преимущества Интернет-сайтов перед традиционными средствами передачи маркетинговой информации. Показатели эффективности и результативности Интернетмаркетинга. Описание этапов процесса оптимизации сайта. Понятие индексации сайта в поисковых системах. Индексы цитируемости в поисковых системах Этапы разработки объявления контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ Определение понятия «семантическое ядро» и описание алгоритма его

	составления. Продвижение в социальных сетях: основные технологии. Мероприятия поисковой оптимизации связанные со структурой и содержимым сайта: создание дополнительных страниц сайта; анализ навигационной структуры сайта, улучшение юзабилити. Технологии составления выборок респондентов, используемых при проведении маркетинговых исследований в Интернет. Назначение мета-данных Интернет-сайтов: «title», «description», «keywords». Оптимизация мета-данных сайта. Особенности проведения маркетингового исследования методом фокус-группы в формате форума. Характеристика категорий электронного бизнеса C2C, B2C, B2B, C2A, B2A. Примеры практической реализации. Понятие «электронной коммерции». Современная характеристика, преимущества и терминологическая база Содержание основных характеристик среды Интернет: финансовых, правовых и доступа к рынку. Медийная реклама в Интернет: форматы, преимущества, условия применения. Виды, характеристика и назначение Интернет-ресурсов в маркетинговой деятельности. Вирусная реклама в Интернете: особенности технологии и методы распространения. Источники маркетинговой информации в сети Интернет.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
««Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Наружная реклама: история и современность	Эссе	Не слишком ли много наружной рекламы вокруг нас?
2	Раздел 2. Нормативный аспект наружной рекламы	Эссе	Цитаты и произведения великих в наружной рекламе: помогает восприятию или отпугивает?»
3	Раздел 3. Практика наружной рекламы	Эссе	Наружная реклама в современном городе – какая она сейчас и какая должна быть?»

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. 2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе". 3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы. 4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации. 5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи. 6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетепы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы. 7. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида. 8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи. 9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг). 10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы. 11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара". 12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака. 13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная. 14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста. 15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста. 16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов. 17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм. 18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм. 19. Формы связанные с содержание рекламы по смыслу. 20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы. 21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.

	22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д. 23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе. 24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей. 25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИМИДЖЕВЫЕ КАМПАНИИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Креативный процесс: понятие, этапы	Практико-ориентированное задание	Опираясь на коммуникационные инструменты, использованные в предвыборной борьбе, составьте мотивационно-имиджевую матрицу субъекта политической коммуникации.
		Практико-ориентированное задание	Разработайте общий план-проект рекламной кампании товара для животных (новая линейка кормов для собак)
2	Раздел 2. Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей	Практико-ориентированное задание	Основываясь на рекламную и репутационную коммуникацию руководителя компании, составьте мастер-план его имиджа
		Практико-ориентированное задание	Опираясь на сайт компании, разработайте анкету по оценке внутреннего имиджа организации
3	Раздел 3. Техники на основе выбора решений и аналитики	Практико-ориентированное задание	Опираясь на сайт компании, разработайте анкету по оценке имиджа руководителя компании
		Практико-ориентированное задание	Сформулируйте критерии его эффективности имиджа руководителя для конкретного случая.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Имидж как знаковая символическая структура, феномен символической 2. Свойства имиджа, их использование в процессе управления имиджем. 3. Современная модель корпоративного имиджа. 4. Сохранение и защита внутреннего имиджирования в организации. 5. Социальный имидж организации. 6. Специфика имиджа женщины и особенности его конструирования. 7. Специфика имиджа мужчины и особенности его конструирования. 8. Способы и средства внешнего имиджирования в организации. 9. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации. 10. Структурные компоненты имиджа политика (на примере политического лидера). 11. Технологии эффективной самопрезентации. 12. Традиционная модель корпоративного имиджа. 13. Требования к имиджу организации. 14. Управление имиджем организации и управление брэндом: подходы «сверху вниз» и «снизу вверх». 15. Управление индивидуальным имиджем (на примере медийного лица). 16. Управление средствами массовой информации для сохдания и поддержания имиджа (на примере поп-звезды). 17. Условия формирования имиджа товаров. 18. Факторы репутации. 19. Философия организации: определение, структура, функции. 20. Фирменный стиль как цель и ресурс имиджевой кампании.
ПК-1	21. PR-акции в формировании имиджа организации. 22. Виды имиджа. 23. Внутренний имидж организации. 24. Воспитание, психотерапия, пропаганда и имиджирование: различие и сходство понятий. 25. Воспитание, психотерапия, пропаганда и имиджирование: различие и сходство понятий. 26. Групповой имидж как обобщенный образ социальной группы. 27. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни. 28. Измерение брэнда. Имя брэнда. 29. Измерение репутации. 30. Имидж в системе маркетинговых коммуникаций. 31. Имидж и стереотип: специфика конструирования имиджа с учетом стереотипов общества (на примере политического лидера). 32. Имидж как знаковая символическая структура, феномен символической коммуникации. 33. Имидж персонала в системе формирования имиджа компании. 34. Имидж руководителя организации и его составляющие. 35. Имиджевые ресурсы организации.

	36. Имиджелогия как научная дисциплина. Цели, задачи, предмет и объект исследования. 37. Имиджмейкинг как система и ее элементы: объект, предмет, прототип, субъект, аудитория имиджа, имидж формирующая информация. 38. Имиджмейкинг как система и ее элементы: объект, предмет, прототип, субъект, аудитория имиджа, имидж формирующая информация. 39. Имиджмейкинг как совокупность технологий формирования и продвижения имиджа. 40. Использование психологических техник в построении имиджа (на примере политического лидера). 41. Категоризация в восприятии имиджа. 42. Классификации разновидностей имиджа. 43. коммуникации. 44. Компоненты внешнего имиджа организации. 45. Критерии эффективности имиджа. 46. Личностный и профессиональный имидж. 47. Миссия и принципы деятельности организации как часть корпоративной философии. 48. Определение и концептуальные характеристики имиджа. 49. Основные функции имиджа 50. Особенности индивидуального имиджа (на примере медийного лица). 51. Подходы к определению брэнда и его разновидностей. 52. Понятие и сущность имиджа. 53. Психологические аспекты создания имиджа (на примере поп-звезды). 54. Психологические функции имиджа. 55. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии. 56. Самопрезентация как управление впечатлением. Визуальный имидж организации. 57. Свойства имиджа, их использование в процессе управления имиджем. 58. Цели и задачи имиджевой кампании организации. 59. Цели организации и их отношение к корпоративной философии. 60. Ценности организации как часть корпоративной философии. 61. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации. 62. Эстетические элементы персонального имиджа и критерии внешней привлекательности личности (на примере медийного лица). 63. Этнические и гендерные стереотипы в восприятии имиджа представителей других социальных групп. 64. Я-концепция и имидж. Соотношение и взаимосвязь.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Инновационные технологии рекламы	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля: аналитическое задание Составить сравнительную таблицу трех сайтов различных компаний: оценить общее впечатление, назначение, способы взаимодействия с посетителями. Подготовить аналитическую записку.
2	Раздел 2. Инновационные технологии связей с общественностью	Эссе	Форма рубежного контроля - эссе Эссе на тему: «Информационные процессы в современном обществе»
3	Раздел 3. Геймификация	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание Подготовить сравнительную таблицу по анализу двух примеров геймификации в разных компаниях. Сопроводить аналитической запиской.
4	Раздел 4. Технологии ИИ в рекламе и связях с общественностью	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание При помощи нейросети «Кандинский» создать полный комплект корпоративной айдентики для компании (на выбор).
5	Раздел 5. Бренды и метавселенные	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание Разработать концепцию присутствия бренда (на выбор) в метавселенной (на выбор).
6	Раздел 6. Создание и управление коммьюнити	Проект	Форма рубежного контроля - проект Разработать концепцию коммьюнитив компании на выбор

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Содержание понятия «инновация» 2. Виды инноваций 3. Инновационные процессы. 4. Жизненный цикл и функции инноваций 5. Инновационная деятельность в сфере рекламы. 6. Роль предпринимателя в инновационных процессах 7. Характеристика национальной инновационной системы. 8. Система государственного регулирования инновационных процессов. 9. Направления инновационного развития 10. Государственная поддержка инновационной деятельности в сфере рекламы 11. Инновационная стратегия предприятий 12. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки 13. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. 14. Риски в инновационной деятельности 15. Организация инновационной деятельности ее цели и задачи 16. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение 17. Инновационная деятельность в рекламных компаниях 18. Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара 19. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. 20. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий 21. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения 22. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы 23. Применение информационных распределительные системы. 24. Электронная коммерция 25. Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. 26. ети баннерного обмена. 27. Основные рекламные площадки: порталы, поисковые системы, каталоги, рейтинги, тематические сайты. 28. Web-сайт как объект и субъект рекламной деятельности. 29. Продвижение Интернет-ресурса: в онлайновой среде и оффлайне. 30. Субъекты инфраструктуры рынка Интернет-рекламы. 31. Рынок рекламных услуг Санкт-Петербурга (рекламные агентства, Web- студии, фриланс). 32. Исследование рекламной аудитории в Интернете: способы проведения и методы обработки данных. 33. Брендинг в сети Интернет. 34. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в Сети. 35. Проблема спама. 36. Формы взаимодействия участников электронного рынка: электронные торговые площадки. 37. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности. 38. Интернет как канал рекламных коммуникаций: сходство и различия с традиционными 39. видами рекламы.

	40. Специфика и преимущества разных видов Интернет-рекламы по характеру 41. распространения информации. 42. Баннер как основной носитель Интернет-рекламы: разновидности. Текстовые блоки: преимущества и недостатки текстовой рекламы в Сети. 43. Rich Media реклама: разновидности, преимущества. 44. Специфика коммерческой и имиджевой рекламы в Интернете. 45. Способы распространения рекламной информации в Интернете: e-mail-рассылки, телеконференции.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Коммуникация как процесс и как эффект**	практическое задание, групповая дискуссия	Задание 1 Разработайте «Путеводитель» для пользователей информации социального проекта. Предусмотрите возможные «помехи» при распространении информации, степень ее закрытости для всех пользователей. Критерии оценки «Путеводителя» 1 Система коммуникаций социального проекта понятна всем пользователям. 2 Система коммуникаций доступна всем пользователям. 3 Система коммуникаций отличается оперативностью передачи и приема информации. 4 Информация отличается полнотой, носит исчерпывающий характер. 5 Система коммуникаций позволяет гибко реагировать на возникающие изменения. 6 Система коммуникации соответствует правилам эффективной коммуникации. 7 Система коммуникаций не дорогостоящая.
2	**Раздел 2. Проектирование коммуникативных кампаний**	практическое задание, групповая дискуссия	Задание 1. Составьте План коммуникаций социального проекта. Обоснуйте выбор формата плана исходя из специфики конкретного социального проекта. Задание 2. Спроектируйте офис проекта или информационный и коммуникационный центр проекта (рабочее место проектной команды). Формат офиса определяется обучающимся: это может быть проект конкретного помещения или интернет-сайт и т.д. Основное требование к офису проекта – возможность быстрого получения и передачи информации.
3	**Раздел 3. Эффективность коммуникативных кампаний**	практическое задание, групповая дискуссия	Задание 1. Заполните письмо на электронной почте для следующих ситуаций. Ситуация 1 Обратитесь к коллеге с просьбой получить документы по социальному проекту от сотрудников бухгалтерии. Ситуация 2 Руководитель социального проекта поручил написать письмо социальному партнеру с тем, чтобы получить от него ответ на один из организационных вопросов. Ситуация 3 После согласования со своим руководством передайте информацию руководителю партнерской организации о принятом коллективном решении в вашей организации. – приглашение на открытие акции, имеющей отношение к социальному проекту; – приглашение человека на собеседование по вакансии; – обсуждение о встрече по важному вопросу.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК - 1	1. Понятие «вовлеченности аудитории»: содержание, механизмы, способы измерения 2. Идентификация и проекция как основные механизмы овладения рекламными образами. 3. Аргументация, суггестия и подражание 4. Интериоризация как процесс и как эффект. 5. Когнитивный диссонанс Л. Фестингера 6. Технология повестки дня 7. Феномен «спираль молчания» 8. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло. 9. Методы коммуникативных исследований 10. Работа с ассоциациями. Техника записи идей. 11. Медиапланирование и основные коммуникативные индексы 12. Семантический дифференциал 13. Контент-анализ 14. Построение карт бренда 15. Тональность текста и методы ее диагностики. 16. Коммуникативные барьеры и способы их коррекции 17. Методы создания креативного продукта. 18. История теории и практики управления проектами. 19. Определение и классификация проектов. 20. Характеристика коммуникаций социального проекта. 21. Сущность понятий «компетенция» и «компетентность». 22. Понятие коммуникативной компетентности. 23. Структура коммуникативной компетентности. 24. Характеристика этапа планирования. 25. Распространение информации в сети Интернет. 26. Электронная почта как форма виртуальной коммуникации. 27. Проектные совещания как форма коммуникации. 28. Сформулируйте основные задачи планирования социального проекта. 29. Результаты исследования трудовых процессов Ф. Тейлора и их значение в становлении теории управления проектов. 30. Вклад Г. Гантта в практику управления проектами. 31. Сущность базовых функций менеджмента А. Файоля и их значимость для управления проектами. 32. Отечественная история становления управления проектами. 33. Основные направления деятельности российских организаций по проектному менеджменту. 34. Примеры социальных проектов с учетом различных оснований классификации проектов. 35. Охарактеризуйте этапы планирования коммуникаций социального проекта. 36. Опишите сложный и простой форматы плана управления коммуникациями. 37. Почему на этапе планирования важно знать число субъектов коммуникации?

	38. Почему при распространении информации важна своевременность, оперативность? 39. Перечислите и дайте характеристику классификациям подходов к описанию целевых аудиторий 40. Социальный аттитюд 41. Типы коммуникатора 42. Феномен хейтерства в интернет-коммуникациях 43. Феномен «адвокатов бренда» в интернет-коммуникациях 44. Односторонние и двусторонние тексты в масс-медиа 45. Различные подходы к описанию целевых аудиторий

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Введение мобильный маркетинг	Контрольная работа	Разработка стратегии продвижения мобильного приложения (приведите примеры от 3-х) Создание и оптимизация контента для мобильных приложений (приведите примеры от 3-х) Использование социальных сетей для продвижения мобильных приложений (приведите примеры от 3-х)
2	Раздел 2. Механизмы и технологии мобильного маркетинга	Контрольная работа	Реклама мобильных приложений: виды и особенности (приведите примеры от 3-х) Аналитика и оценка эффективности маркетинга мобильных приложений (приведите примеры от 3-х) Партнерства и коллаборации в маркетинге мобильных приложений (приведите примеры от 3-х)
3	Раздел 3. Мобильная реклама и связи с общественностью в мобильном маркетинге: как подвид мобильного маркетинга	Контрольная работа	Особенности маркетинга мобильных приложений для B2C и B2B сегментов (приведите примеры от 3-х) Монетизация мобильных приложений: методы и стратегии (приведите примеры от 3-х) Продвижение мобильных приложений в условиях пандемии и кризиса (приведите примеры от 3-х)

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Мобильный маркетинг как цифровая маркетинговая стратегия 2. Мобильные устройства – основная среда многоканального маркетинга 3. Для чего нужны мобильные приложения. Какие задачи решают с помощью мобильных технологий 4. Задачи и примеры реализации систем корпоративной мобильности 5. Система корпоративной мобильности. 6. Устройства для корпоративной мобильности. 7. Внедрение корпоративной мобильности в компанию 8. Пандемия и “второе рождение” корпоративной мобильности 9. Мобильная безопасность 10. Перспективы и реалии корпоративной мобильности 11. Тренд на супераппы. Примеры компаний, которые используют супераппы в бизнесе. Система суперапп 12. Плюсы и минусы супераппов. Как создать суперапп 13. Социальные сети (Telegram и другие) - лучшие сервисы для рабочего общения 14. Корпоративные каналы и группы в мессенджерах 15. Социальные сети с игровыми элементами 16. Социальные сети со структурой компании 17. Группы в мессенджерах как часть корпоративной культуры управления 18. Опасности публичных мессенджеров в рабочем общении 19. Дайте определение мобильного маркетинга (ММ). 20. Сформулируйте цели и задачи мобильного маркетинга. 21. Перечислите средства мобильного маркетинга. 22. Перечислите основные технологии, используемые в мобильном маркетинге. 23. Какие технологии, доступные для получения информации из интернета с мобильного телефона, Вы знаете? 24. Какие преимущества и недостатки имеют основные технологии, используемые в мобильном маркетинге? 25. Что такое мобильный контент? 26. Назовите основные тенденции российского и мировых рынков мобильного контента. 27. Какие методы оценки психологической эффективности рекламы Вы знаете? 28. В каких сферах может быть применим мобильный маркетинг. 29. Назовите пример (-ы) избирательных кампаний с применением инструментов мобильного маркетинга. 30. Приведите примеры практической реализации мобильных акций с приведением основных показателей. 31. Назовите характеристики успешной ММ-кампании. 32. Назовите факторы, способствующие повышению эффективности мобильных кампаний. 33. Приложения для групповых обсуждений и онлайн-конференций и их

	виды 34. Классификация приложений видеосвязи 35. Городской номер в кармане 36. Преимущества и недостатки использования приложений аудио и видеосвязи 37. Проблемы и перспективы развития аудио и видеосвязи 38. Мобильные CRM –задачи и функционал 39. Ключевые особенности мобильного 40. CRM-приложения. 41. Преимущества и недостатки мобильного CRM. 42. Что такое Service Desk? Как работает Service Desk система? Отличия от help desk системы 43. Мобильный Service Desk. Преимущества внедрения Service Desk 44. Мобильный бизнес. 45. Преимущества и недостатки. 46. Приложения для бизнес-планирования 47. Бизнес приложения. Роботы-помощники 48. Какие задачи выполняет виртуальный помощник? Функции виртуального помощника 49. Преимущества и недостатки роботов-помощников 50. Программы дистанционного обучения 51. Госуслуги Бизнес – задачи и функционал 52. Налог РФ. Приложение для самозанятых. Мой налог. 53. Личный кабинет предпринимателя. Проверка чеков ФНС 54. Мои документы онлайн. Все МФЦ. Преимущества и недостатки сервисов и мобильных приложений государственных органов 55. Понятие комплекса маркетинга продукта 56. Понятие Интернет маркетинга 57. Цели, задачи и основные подходы Интернет маркетинга. 58. Принципы и методы Интернет-маркетинга 59. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России 60. Персонализация компании в маркетинге 61. Методы рекламы в сети Интернет 62. Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа 63. объявлений с точки зрения психологии восприятия потребителем 64. Эффективность контекстной рекламной кампании

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Введение в конкурентный анализ	Практическое задание	Задание. На основе анализа тары семи наименований товаров (молока, сметаны, йогурта, сливок, сгущенного молока, кефира, ряженки) представить сведения о конкурентных преимуществах, указать, какие из них относятся к группе «непосредственных конкурентных преимуществ», какие к «опосредованным конкурентным преимуществам».
		Практическое задание	Задание. Соберите и критически оцените информацию о конкурентных преимуществах, предоставляемую двумя любыми организациями сферы услуг (химчистка, парикмахерская, автомойка и др.). При выполнении данного задания студенты работают коллективно. Они делятся на малые группы, в которых выступают поочередно в роли экспертов по качеству и в роли представителей организации сферы услуг.
2	РАЗДЕЛ 2. Конкурентный анализ в системе коммуникационных исследований	Практическое задание	Задание. Выявить конкурентные преимущества машин, которые должны быть представлены в СМИ, в эксплуатационной документации и адресованы следующим категориям потребителей: а) покупатели со сравнительно невысоким уровнем дохода; б) женщины; в) «дачники»; г) «путешественники»; д) люди с высоким и очень высоким уровнем дохода
		Практическое задание	1. Чем различаются существующие трактовки сущности понятия «конкуренция»? 2. В чем различия статического и динамического подходов к исследованию природы конкуренции? 3. Какие функции выполняет конкуренция в экономике? 4. Раскройте содержание основных типов конкуренции. 5. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции? Перечислите основные формы неценовой конкуренции и определите их роль.
3	РАЗДЕЛ 3. Методы конкурентного анализа ИК	реферат	1. Дайте определение доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке. 2. Поясните экономический смысл расчета основных показателей концентрации товарного рынка. 3. Сформулируйте понятие «конкурентное преимущество» и поясните его экономическую сущность. 4. В чем сущность абсолютных и относительных конкурентных преимуществ? 5. Как учитывается жизненный цикл товара при оценке его конкурентоспособности?
		Тестирование	1 Изучение компаний-конкурентов не включает: а) товарное предложение и спрос на их продукцию б) система сбыта в) прогноз на будущее в плане конкуренции продукции г) реакции на появление новых товаров и на изменение цен 2 Изучение рынка проводится по следующим критериям: а) географическое положение, емкость, спецификация; б) количество конкурентов в) состояние спроса-предложения на продукт, который предприятие намерено производить и предложить к продаже

			г) по всем критериям, указанным выше 3 Изучение товарной структуры рынка не предполагает: а) определение существующего ассортимента б) выявление действующих на рынке стандартов, норм, требований к качеству товаров в) определение реакции потребителей на появление новых товаров и на изменение цен г) выявление продуктов, подобных тому, который предприятие намерено предложить 4 К элементам анализа рыночных возможностей не относится: а) маркетинговая среда б) установление цен на товары в) потребительские рынки г) рынки предприятий 5 К элементам анализа рыночных возможностей не относится: а) разработка товаров б) маркетинговая среда в) потребительские рынки г) системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации 6 Столкновение противоположных интересов, взглядов, стремлений: а) конфронтация, б) конфликт, в) конкуренция г) противоречие 7 Портфельные стратегии позволяют эффективно решать вопросы: а) в каком направлении развиваться предприятию, чтобы лучше соответствовать требованиям рынка; б) как обеспечить предприятию конкурентные преимущества на рынке с точки зрения большего привлечения потенциальных потребителей и какую политику выбрать по отношению к конкурентам; в) управления различными сферами деятельности предприятия с точки зрения их места и роли в удовлетворении нужд рынка. 8 Наиболее приемлемой стратегией конкурентной борьбы для малых предприятий являются: а) фронтальная атака б) фланговая атака в) оборона с контрнаступлением; г) партизанская атака 9 Наличие многочисленные возможностей для завоевания конкурентных преимуществ, и их величина в основном невелика, характерно для следующего типа ситуации в отрасли: а) фрагментаци б) специализация в) патовая ситуация г) объемность 10 Наиболее приемлемой стратегией конкурентной борьбы, используемой сильным рыночным претендентом за рынки сбыта, является:

			а) фронтальная атака б) партизанская атака в) позиционная оборона г) мобильная оборона. 1 Метод фокус-групп применяется, когда необходимо а) узнать мнение конкурентов б) составить модель принятия решения о покупке в) выявить сильные и слабые стороны предприятия г) оценить новый товар 2 Самоорганизующиеся карты известны также как сети а) Лилиена б) Кохонена в) Кодда г) Вайделя 3 Компания проводит маркетинговый анализ, чтобы определить, насколько предлагаемый на рынок новый продукт может увеличить объём продаж. В данном случае объём продаж является: а) зависимой переменной; б) независимой переменной; в) объектом исследования; г) контрольной группой; д) экспериментальной группой. 4 Матрица, которая включает в себя девять позиций фирмы в зависимости от уровня привлекательности рынка и преимущества на рынке по отношению к конкурентам, - это… а) модель Портера б) Бостонская матрица выбора стратегий в) модель Маккинзи г) модель Ансоффа 5 Расчет рыночной доли фирмы осуществляется по формуле Sb = Vb/Vm, где Vm - это а) общий рыночный спрос в конце базисного периода б) объем ресурсов фирмы в конце базисного периода в) общий потенциал рынка в конце базисного периода г) объем рынка в конце базисного периода 6 В ходе качественных исследования используются следующие техники: а) опрос б) леддеринг в) проективные и стимулирующие г) «репетиция роли» 1 Маркетинговый анализ рынка проводится с целью: а) удачно вступить в конкурентную борьбу; б) снижения риска не реализации продукции; в) воспользоваться благоприятно складывающейся конъюнктурой;

			г) разработки тактики поведения фирмы, путём выбора из множества потенциальных рынков таких, которые могут быть приоритетными для предприятия и его товаров, на которых эффективнее можно достичь коммерческого успеха. 2 К смешанным методам исследований относится а) экстенсивный тест б) ассоциативный тест в) холл-тест г) проецирующий тест 3 Неструктурированные, недирективные способы задавать вопросы, которые помогают исследователю раскрыть мотивы, верования, установки, отношения, предпочтения, ценности, степень удовлетворенности, проблемы респондентов к артикуляции, - это а) леддеринг б) опрос в) «репетиция роли» г) проективные и стимулирующие техники 4 Качественные маркетинговые исследования являются наиболее адекватным способом изучения а) факторов, определяющих выбор покупки б) ценовой конкуренции в) общего потенциала рынка г) финансового состояния фирмы 5 Методический подход, учитывающий ценности и стили жизни и выделяющий три категории потребителей, формирующие основные сегменты рынка, - это а) ABC-анализ б) метод VOLS в) XYZ-анализ г) многомерный анализ 6 Совместный анализ - метод анализа, предназначенный для оценки и сравнения атрибутов продуктов с целью выявления тех из них, которые оказывают наибольшее влияние на покупательские решения а) верно б) неверно в) предназначен только для оценки, но не сравнения г) предназначен только для сравнения, но не оценки
4	РАЗДЕЛ 4. Отраслевые особенности конкурентного анализа ИК	реферат	1. Анализ информационной среды. 2. Анализ факторов, обусловливающих состояние и развитие рынка. 3. Сегментация как форма изучения информационной среды. 4. Эластичность спроса/предложения как форма реакции рынка на маркетинговую деятельность. 5. Цели и методы конкуренции.

		реферат	1. Характеристика конкурентного анализа. 2. Анализ конкурентных стратегий. 3. Прогнозирование параметров рынка. 4. Цели прогнозирования. 5. Основные методы прогнозирования развития рынка.
5	РАЗДЕЛ 5. Позиционирование и прогнозирование	реферат	1. Анализ информационной среды и прогнозирование 2. Система органов прогнозирования и планирования, их функции. 3. Порядок разработки прогнозов и планов. 4. Прогнозирование уровня жизни населения 5. Прогнозирование доходов населения.
		реферат	6. Прогнозирование потребности в материально-технических ресурсах. 7. Прогнозирование поставок продукции производственно-технического назначения для государственных нужд.
6	РАЗДЕЛ 6. Реакция рынка на маркетинговые коммуникационные действия	реферат	1. Типы прогнозов по охвату объектов изучения и по срокам предсказания. 2. Обеспечение надежности прогноза и адекватности прогнозной модели. 3. Прогнозирование колебаний рынка. 4. Цели и методы оценки устойчивости/неустойчивости развития рынка. 5. Прогнозирование колебаний развития рынка и их интенсивности.
		реферат	1. Индексы сезонности. Модели сезонных циклов. 2. Оценки интенсивности сезонных колебаний. 3. Покупательский спрос и потребности покупателей. 4. Факторы покупательского поведения и покупательских решений 5. Прогнозирование покупательского спроса и потребностей покупателей.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Понятие и сущность конкуренции. Подходы к пониманию конкуренции. 2. Формы конкуренции и конкурентной борьбы. 3. Понятие и сущность конкурентоспособности. 4. Конкурентоспособность различных объектов. 5. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности компаний. Конкурентная политика России. 6. Факторы конкурентоспособности организации. Классификация факторов конкурентоспособности. 7. Микроэкономические и макроэкономические факторы конкурентоспособности. 8. Производственные факторы. Рыночные факторы. Сбытовые факторы. Сервисные факторы. 9. Конкурентная среда предприятия. Пять сил конкуренции по М. Портеру. 10. Цепочка создания ценности. Основные и вспомогательные виды деятельности. 11. Анализ цепочки ценности для повышения конкурентоспособности организации. 12. Анализ отрасли и конкурентной ситуации. 13. Основные экономические характеристики отрасли. 14. Выявление компетенций и возможностей. Определение сильных сторон и ресурсного потенциала организации. 15. Выявление угроз компании. Определение слабых сторон компании и недостаточности ресурсов. 16. Понятие и сущность конкурентного преимущества. Классификация конкурентных преимуществ. 17. Внутренние и внешние факторы конкурентного преимущества. 18. Конкурентные стратегии организации. Анализ реакции конкурента на действие фирмы. 19. Базовые стратегии конкурентного преимущества. Выбор базовых стратегий. 20. Стратегии низких издержек. Конкурентное преимущество по издержкам. 21. Стратегии дифференциации.
ПК-4	22. Стратегия оптимальных издержек. 23. Сфокусированные (нишевые) стратегии. Применение сфокусированных стратегий. 24. Стратегии быстрого реагирования на изменения во внешней среде и стратегии инноваций. 25. Чистые конкурентные стратегии. 26. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии. 27. Инструменты анализа внешней среды и разработки конкурентной стратегии. 28. Стратегии роста организации. 29. Стратегии сокращения. Стратегии роста и сокращения как взаимосвязанные стратегии организации. 30. Выбор стратегии в зависимости от позиции компании на рынке, ее сильных и слабых сторон. 31. Стратегии преследователей лидеров и компаний, избегающих конкуренции. 32. Выбор стратегии в зависимости от ситуации на рынке. 33. Методика измерения конкурентоспособности организации. 34. Показатели конкурентоспособности и их классификация. 35. Методы оценки конкурентоспособности организации. 36. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг. 37. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона и страны. 38. Система обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг. 39. Три аспекта системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг. 40. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

	41. Конкурентоспособность как показатель соответствия организации среде, в которой она действует. 42. Факторы, обеспечивающие конкурентоспособность организации на рынке (конкурентные товар, цена, сбыт, коммуникации, имидж компании). 43. Выбор маркетинговых стратегий, способствующих наибольшей реализации конкурентных преимуществ фирмы. 44. Понятие и сущность управление конкурентоспособностью, цели и задачи управления конкурентоспособностью. 45. Функции и принципы, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью 46. предприятия 47. Механизм управления конкурентоспособности предприятия. 48. Разработка программы управления конкурентоспособностью организации. 49. Действия организаций по реализации возможностей внешней среды. 50. Действия организаций по противодействию угроз внешней среды. 51. Особенности конкурентной среды России.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) БРЕНДИНГ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы брендинга	Контрольная работа	Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
2	Раздел 2. Теоретические основы фирменной айдентики инструмент коммуникации организации.	Контрольная работа	Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак». Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
3	Раздел 3. Корпоративная айдентика	Контрольная работа	Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда Разработка имени бренда: основные принципы и методы
4	Раздел 4. Фирменный стиль и брендбук	Контрольная работа	Разработка визуальной идентичности бренда. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
5	Раздел 5. Бренд-менеджмент	Контрольная работа	Описание основных атрибутов бренда (на конкретном примере). Создание анатомии бренда(на конкретном примере).. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда (на конкретном примере)
6	Раздел 6. Управление брендом	Контрольная работа	Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем. (на конкретном примере) Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок. (на конкретном примере) Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда». (на конкретном примере)

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Какие основные понятия фирменной айдентики? 2. Какова история фирменной айдентики? 3. Каковы возможности фирменной айдентики? 4. Какие систематические подходы в создании 5. корпоративной айдентики вы знаете? 6. Каков механизм проектирования задачи 7. корпоративной айдентики: визуальная форма? 8. Каков механизм проектирования задачи 9. корпоративной айдентики: продукция фирмы? 10. Каков механизм проектирования задачи корпоративной айдентики: фирменный знак? 11. Каков механизм проектирования задачи корпоративной айдентики: цвет? 12. Каков механизм проектирования задачи 13. корпоративной айдентики: документация? 14. Каков механизм проектирования задачи 15. корпоративной айдентики: одежда сотрудников? 16. Каков механизм проектирования задачи 17. корпоративной айдентики: фирменный транспорт? 18. Каков механизм проектирования задачи корпоративной айдентики: стилевое единство изделий и их комплексов? 19. Какой инструментарий дизайнера вы знаете? 20. В чем заключается авторский фирменный стиль? 21. Что такое авторский знак и его вариации? 22. В чем заключаются вариации элементов фирменного стиля? 23. Что такое гайдбук? 24. Что такое авторский брендбук? 25. В чем выражается потребность в визуальном продвижении объектов? 26. Каковы основы влияния дизайна на потребителей? 27. Какова история дизайна? 28. Дайте определение дизайна. 29. Что такое протодизайн? 30. В чем заключается технологии дизайна? 31. В чем сущность графического дизайна? 32. Каковы предмет, цели и задачи графического дизайна? 33. Каковы социокультурные факторы развития 34. графического дизайна? 35. Опишите коммуникативную функцию в графическом дизайне. Что такое оформительская графика? В чем отличие рисунка от чертежа? 36. Что такое фирменный стиль? 37. Какие системы соподчинения в рекламных шрифтовых композициях? 38. Что такое пропорции и системы членения? 39. Какое значение ритма в шрифтовых композициях? 40. Каковы системы гармонизации в типографике? 41. Дайте определение аттракции и опишите ее приемы.

	42. Как оценивается фирменного стиля? 43. Каковы показатели стиля? 44. Совместный брендинг, условия его эффективности. 45. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности. 46. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда. 47. Перепозиционирование (ребрегндинг) в процессе управления брендом. 48. Преимущества и недостатки расширения бренда. 49. Индивидуальность бренда. 50. Содержательные характеристики бренда. Значение и сущность брендинга. 51. Характеристики, виды и создание брендов. 52. Фирменный стиль как основа атрибутики бренда. 53. Содержание и разработка брендбука. 54. Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга. 55. Продвижение и коллаборация брендов. 56. Ребрендинг. 57. Рестайлинг. 58. Бренд-менеджмент как специфическая функция современно-го управления: методы и принципы управления брендами. 59. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика. 60. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке. 61. Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции. 62. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак». 63. Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов. 64. Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей. 65. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда 66. Разработка имени бренда: основные принципы и методы. 67. Разработка визуальной идентичности бренда. 68. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру. 69. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории. 70. Описание основных атрибутов бренда. 71. Создание анатомии бренда. 72. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда. 73. Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем. 74. Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок. 75. Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда». 76. Создание концепции бренда и концепции продукта. 77. Концепция позиционирования. Формула позиционирования. 78. Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда. 79. Принципы позиционирования брендов. 80. Методы измерения степени приверженности к бренду. 81. Изучение развития бренда на рынке: модели и методы эконо-мического прогнозирования. 82. Создание архитектуры бренда. 83. Основные стратегии (уровни) брендинга. Корпоративные бренды. Дом брендов. Брендовый дом.

	84. Стратегическое расширение брендов. Достоинства и недостатки расширения бренда. 85. Развитие имиджа бренда методами рекламы и PR: основные инструменты, их виды и особенности. 86. Оценка эффективности марочных коммуникаций при продвижении бренда 87. Активы бренда, их состав и структура. 88. Капитал бренда, основные источники и элементы марочного капитала. 89. Оценка стоимости брендов: основные методы и их характе-ристика. 90. Методология оценки стоимости бренда компании Interbrand 91. Методология оценки стоимости бренда компании Brand Finance. 92. Аудит бренда. 93. Понятие «ребрендинг», факторы перепозиционирования и воз-можные направления ребрендинга. 94. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации. 95. Понятия товарного и корпоративного брендинга. 96. Понятие, структура и формальные признаки бренда. 97. Бренд как маркетинговое понятие. 98. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда. 99. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Виды и процесс интегрированных (маркетинговых) коммуникационных исследований	контрольная работа	1. Что собой представляет медиапространство? 2. Что включает в себя контент? 3. Почему сообщение называют сердцем коммуникации? 4. Что собой представляет структура коммуникационного процесса? 5. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)? 6. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель? 7. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя? 8. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения? 9. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования? 10. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого?
2	Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	контрольная работа	1. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 2. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями? 3. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК В Интернете? 4. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы? 5. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 6. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 7. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации? 8. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации? 9. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа? 10. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы? 11. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при проведении исследования коммуникации?
3	Раздел 3. Методы коммуникационных исследований	контрольная работа	1. Что собой представляет метод Hall-тесты? 2. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе? 3. Что собой представляет метод ассоциативный тест? 4. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение? 5. Что собой представляет метод деловая игра? 6. Что собой представляет метод дневник потребителя?

			7. Что собой представляет метод анализа движения глаз)? 8. Что собой представляет исследование в форме беседы? 9. Что собой представляет метод «дневника»?
4	Раздел 4. Исследования ATL- и BTL-коммуникаций	контрольная работа	1. Что собой представляет методика Осгуда? 2. Что собой представляет методика Шварца? 3. Что собой представляет метод «Дельфи»? 4. Что собой представляет метод исследование методом CAPI? 5. Что собой представляет метод невербальных связей? 6. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации? 7. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые? 8. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»? 9. Что собой представляет метод проективные методики? 10. Что собой представляет метод словесные ассоциации? 11. Что собой представляет метод завершение предложений и историй?
5	Раздел 5. Прикладные методы исследования коммуникаций	контрольная работа	1. Какова общая характеристика качественных методов исследования PR? 2. На какие вопросы дают ответы качественные исследования по связям с общественностью? 3. Почему менеджеры по связям с общественностью часто используют качественные исследования для подтверждения количественных результатов? 4. Какова общая характеристика и назначение метода Холл-тестирования? 5. Какова общая характеристика и назначение ассоциативного теста или теста на неявные ассоциации (IAT)? 6. Какова общая характеристика и назначение метод анализа движения глаз? 7. Каковы цели и целесообразность использования смешанных методов/триангуляции в PR? 8. Почему использование двух или более методов исследования иногда называют триангуляцией? 9. Почем успешная триангуляция требует тщательного анализа типа информации, которую предоставляет каждый метод, включая его сильные и слабые стороны? 10. Почему такие виды исследований как hall-тесты, home-тесты или mystery shoping (тайный покупатель), контент-анализ относят к количественным исследованиям, но в тоже время они содержат в себе и признаки качественных исследований 11. Какова общая характеристика схемы методов маркетинговых исследований (схема профессора Д. А. Шевченко)?
6	Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	контрольная работа	1. Какие метрики, фиксирующие взаимодействие подписчиков с контентом бренда вы можете назвать? 2. Почему важно следить модератору за просмотрами контента? 3. Почему важно следить модератору за количеством активных действий одобрения? 4. Почему важно следить модератору Обратная связь: (RR)? 5. Почему важно следить модератору Метрики, фиксирующие виральность контента бренда? 6. Почему важно следить модератору Дизайн оформления группы? 7. Почему важно следить модератору Качество контента? 8. Какие KPI использует аналитическая система JagaJam? 9. Почему рекомендуется еженедельно проводить мониторинг ERR посты (показатель вовлеченности по охвату), Response Rate (% ответивших на вопрос), ответы на вопросы?

			10. Как и по каким направлениям социальные сети могут помочь связям с общественностью и как это можно отследить исследователю коммуникаций PR?

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Глубинное интервью как методика качественного коммуникативного исследования 2. Риторический анализ: содержание, процедуры и области применения. 3. Исследовательские методики и техники, применяемые в ходе фокус-групп. 4. Прикладные качественные исследования в медиаиндустрии. 5. Особенности качественных онлайн исследований 6. Психолингвистические механизмы восприятия и понимания текста. 7. Присутствие негативной оценки в тексте как предмет судебных исков. 8. Что собой представляют коммуникации? 9. Каковы основные разновидности коммуникации? 10. Как соотносятся между собой термины «коммуникация» и «информация»? 11. В чем различие внутренней и внешней информации? 12. Что понимается под термином «медиа»? 13. Что собой представляет медиапространство? 14. Что включает в себя контент? 15. Почему сообщение называют сердцем коммуникации? 16. Что собой представляет структура коммуникационного процесса? 17. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)? 18. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель? 19. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя? 20. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения? 21. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования? 22. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого? 23. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 24. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями? 25. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК В Интернете? 26. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы? 27. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 28. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 29. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации? 30. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации? 31. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа? 32. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы? 33. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при

	проведении исследования коммуникации? 34. Почему исследования коммуникации являются частью общей маркетинговой стратегии организации? 35. Как связаны между собой исследования и конкуренция на рынке продуктов и услуг? 36. Каковы шесть принципов (шагов) исследовательских подходов к коммуникациям? 37. Каковы три критически важные области, в которых исследовательские действия и результаты имеют решающее значение? 38. Какие преимуществ в области маркетинговых коммуникации имеют исследования? 39. Объясните, почему с появлением цифровых медиа модель ИМК стала сильнее? 40. Вы согласны и почему: исследования коммуникации является частью действия факторов комплекса маркетинге микс «4Р», и наряду с другими его факторами? 41. Каковы основные разновидности методов исследования коммуникации? 42. Что понимается под методами исследований для специалистов маркетинга? 43. В чем особенности количественных методов исследования? 44. В чем сильные и слабые стороны исследований количественных и качественных? 45. Вы согласны, что к основным количественным методам исследования относят: метод опроса (анкетирование), анализ документов, метод карты восприятия, контент-анализ? 46. Что собой представляет анкетирование, составление анкет? 47. Что собой представляет основные этапы составления анкеты? 48. Что собой представляет стандартизированные опросы? 49. Что собой представляет инструкция к анкетированию? 50. Что собой представляет исследование коммуникаций методом дневника? 51. Что собой представляет метод дневника потребителя: шаги исследователя 52. Что собой представляет метод карты восприятия? 53. Что собой представляет метод контент-анализа? 54. Что собой представляет качественные методы исследования? 55. Что собой представляет личное собеседование (интервью)? 56. Что собой представляет метод телефонное интервью? 57. Что собой представляет характеристика метода «фокус-групп»? 58. Что собой представляет требования к личности модератор фокус –групп? 59. Что собой представляет метод наблюдения коммуникациях? 60. Что собой представляет смешанные методы исследования? 61. Что собой представляет метод Hall-тесты? 62. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе? 63. Что собой представляет метод ассоциативный тест? 64. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение? 65. Что собой представляет метод деловая игра? 66. Что собой представляет метод дневник потребителя? 67. Что собой представляет метод анализа движения глаз)? 68. Что собой представляет исследование в форме беседы? 69. Что собой представляет метод «дневника»? 70. Что собой представляет методика Осгуда? 71. Что собой представляет методика Шварца? 72. Что собой представляет метод «Дельфи»? 73. Что собой представляет метод исследование методом CAPI? 74. Что собой представляет метод невербальных связей? 75. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации? 76. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые? 77. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»?

	78. Что собой представляет метод проективные методики? 79. Что собой представляет метод словесные ассоциации? 80. Что собой представляет метод завершение предложений и историй? 81. Что собой представляет методика “коллаж”? 82. Что собой представляет метод ролевые игры? 83. Что собой представляет метод списки покупок.? 84. Что собой представляет сортировка картинок? 85. Что собой представляет методика трансформации? 86. Что собой представляет методика “Вечеринка” (party game)? 87. Что собой представляет метод тестирования товара вслепую? 88. Что собой представляет методы онлайн – исследования коммуникаций? 89. Что собой представляет метод онлайн-чат-группы? 90. Что собой представляет метод онлайн форум-группы? 91. Что собой представляет метод дискуссии по e-mail? 92. Что собой представляет метод онлайн видео- и аудиоконференции? 93. Что собой представляет метод онлайн-дискуссии? 94. Почему тестирование – основной метод исследования коммуникации? 95. Почему надо различать предварительное тестирование и посттестирование? 96. Почем индивидуальные исследования проводятся для конкретного клиента? 97. По каким направлениям проводится тестирование коммуникации (рекламы)? 98. Что собой представляют предварительные тесты для рекламы в печатных СМИ? 99. Что собой представляет и в каких случаях используется тест потребительского жюри? 100. Что собой представляет и в каких случаях используется тестирование рекламного объявления? 101. Что собой представляет и в каких случаях используется пробный журнальный тест? 102. Что собой представляет и в каких случаях используется тест прямой вопрос? 103. Что собой представляет и в каких случаях используется исследования значения восприятия (PMS)? 104. Что собой представляет и в каких случаях используется предварительные тесты для рекламы в вещательных СМИ? 105. Что собой представляет и в каких случаях используется театральный тест? 106. Что собой представляет и в каких случаях используется тест телетрансляции в прямом эфире? 107. Как используется тест: эксперимент продаж? 108. Как проводятся прямые почтовые тесты? 109. Каковы основные этапы и средства тестирования рекламных коммуникации? 110. Что собой представляет предварительное (предтестовое) тестирование? 111. Какие три тестовых маршрута включает в себя предварительное тестирование? 112. Что собой представляет завершающее (посттестовое) исследования? 113. Что включает в себя тестирование в начале процесса создания рекламы? 114. Что включает в себя вторая стадия тестирования черновой модели рекламы? 115. Почему основной выпуск рекламных роликов или объявлений, интернет-рекламных кампаний начинается после их разработки и тестирования? 116. Какие средства тестирования выбираются специалистами рисерч? 117. Как используется в исследованиях технология узнаваемости рекламы? 118. Как используется в исследованиях технология припоминаемости (запоминаемости) рекламы?

	119. Как используется в исследованиях технология убедительности рекламы? 120. Как используется в исследованиях технология приверженности рекламе (лояльность)? 121. Каковы основные направления исследований компании «Медиаскоп»? 122. Каковы основные направления исследований Агентство Ipsos Москва? 123. Каковы основные направления исследований Агентство MARC Москва? 124. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет? 125. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы? 126. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы? 127. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)? 128. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств? 129. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге? 130. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б- тестирования? 131. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы? 132. Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания 133. рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты? 134. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы? 135. Что собой представляет заключительное тестирование? 136. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования? 137. Каково значение исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко? 138. Каковы общие характеристики модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко? 139. На каком основании модель системы ИК имеет шесть типов, а не семь или пять? 140. Почему реклама — ATL (above the line) носит такое название среди профессионалов? 141. Почему стимулирование сбыта — BTL (below the line) носит такое название среди профессионалов? 142. Что означают связи с общественностью и связи с органами власти — PR для исследований? 143. Какие основания имеются в выборе названия такого типа коммуникации, как цифровые коммуникации для исследований? 144. В чем специфика исследований коммуникации - личные продаж? 145. Какие параметры коммуникации прямой маркетинг — DM (direct marketing) анализируются в исследованиях? 146. Как учитываются в исследованиях каналы запанированных (незапланированных) коммуникации? 147. Кто является субъектом исследований, каким образом будут интерпретированы и использованы результаты исследования коммуникационной сферы? 148. В чем отличие документирования об исследованиях от маркетинга и продвижения продукта или услуги? 149. Почему для исследователя наиболее актуальным и достаточным является характеристика трех типов ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации? 150. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)? 151. Какие направления включают в себя коммуникации К BTL-коммуникации?

	152. В чем вы видите единство и разницу коммуникации ATL и BTL? 153. Почему PR (public relations) считается комплексом коммуникационных программ компании, а не единственным видом коммуникации? 154. Какие направления входят в коммуникационные программы компании? 155. Какие коммуникации PR-функций компании могут стать объектом исследования? 156. Как провести исследования отношений с властными структурами, GR (Government Relations)? 157. В чем вы видите разницу между PR, маркетингом и рекламой? 158. Назовите причины, по которым целесообразно компаниям инвестировать в PR? 159. Как вы объясните тезис, что связи с общественностью и маркетинг в Интернет среде по своим целевым задачам практически совпали и в чем вы видите между ними разницу? 160. Правильно ли, что менеджеры по связям с общественностью обеспечивают повышение узнаваемости бренда, подчеркивая его слабые и сильные стороны? 161. Как считаете эффективный PR помогает сохранить репутацию компании в кризис или его имидж и почему это важно исследователям? 162. Почему, когда дело доходит до бизнеса, все начинают высказывать определенное мнение, включая клиентов, владельцев бизнеса, заинтересованные стороны, правительство и общественность и что это означает для исследователя? 163. Какие направления и как они могут стать объектом исследования коммуникации GR (Government Relations)? 164. Лоббирование в некоторых странах регулируется законом о лоббировании, а как оно регулируется у нас в России и какое это имеет значение для работы исследователя коммуникации? 165. Почему только исследователь может обратить внимание как газеты и журналы намеренно разбивают структуру статьи? 166. Как исследователь может реагировать на Радио- и телевизионные программы, которые постоянно прерываются для передачи рекламы? 167. В чем смысл и позитив эффекта ATL для исследователя? 168. Как определить, что масс медиа (mass media) имеют мощную силу воздействия на широкие слои населения? 169. Как формирование мифов и стереотипов используется в СМИ, как механизм «публичного восприятия»? 170. Почему исследователю важно разделять СМИ на два типа: печатные и электронные (или телерадиовещательные)? 171. Какие две основные цели имеет реклама на радио? 172. Какие две основные цели имеет реклама в прессе? 173. В чем сила и преимущество наружной рекламы (outdoor advertising) как части средств массовой коммуникации (СМИ)? 174. Какие разновидности разновидностей наружной рекламы вы можете назвать, назовите не менее пяти? 175. Какова специфика исследования эффективности виды конструкций сити-формата? 176. Как исследователь может понять целесообразность размещения рекламы на остановках, павильоны ожидания городского транспорта? 177. В чем исследователь коммуникации видит преимущества интернет-рекламы? 178. Какие типы интернет-рекламы вы можете назвать и какое э о имеет значение для исследования коммуникации? 179. Назовите несколько основных типов аудиовизуальных материалов? 180. Какие виды рекламы в кинотеатрах вы можете назвать и какое это имеет значение для исследования коммуникации? 181. Что включает в себя: внутренняя реклама в кинотеатрах? 182. Почему важно обращать внимание на демонстрацию роликов на экране? 183. Какое значение имеет реклама в справочниках - публикация рекламных

	объявлений? 184. Как можно использовать такие каналы медиа, как внутреннюю рекламу (indoor advertising)? 185. Какое значение для исследователя имеет мобильная реклама? 186. Каковы основные средства мобильной рекламы? 187. Почему эксперты предсказывают бум мобильной рекламы? 188. Что собой представляет рекламный плакат (poster) и каким образом можно оценить его эффективность? 189. В чем специфика политического плакат, как исследователь может определить эффективность его использования во времени и пространстве? 190. Какое значение для коммуникации имеют символы и логотипы, как оценить их эффективность? 191. В чем специфика и преимущество транзитной рекламы - разновидности и канал наружной медиарекламы? 192. Какие методы исследований коммуникации (рекламы -ATL) вы знаете? 193. Какие теории предлагает в своей книге исследователь СМИ и СМК Р. Харрис? 194. В чем вы видите важность для исследователя теорий воздействия ТВ на аудиторию? 195. В чем вы видите важность для исследователя теории Р. Харриса - теория социализации? 196. С помощью какого специального алгоритма формируется панельная выборка? 197. Как строятся рейтинги радио в отличии от рейтингов ТВ? 198. Как определяется популярность передач и прослушивание рекламы на радио? 199. Какие наиболее эффективные методы определения восприятия обращений целевой аудитории в СМИ? 200. Каковы основные характеристики коммуникации BTL в отличии от ATL? 201. Почему в системе стимулирования сбыта сообщение, призыв к покупке носят прямой индивидуальный характер? 202. Что относится к числу прямой коммуникации, используемые менеджерами по стимулированию сбыта (BTL)? 203. Как исследователи поняли, что продукты продвигаются через вовлечение потребителей в мероприятия, акции, которые способны вызвать чувства, эмоции по отношению к брендам? 204. Объясните, почему в системе коммуникации BTL особое место занимает event -маркетинг (events marketing)? 205. С точки зрения аудитории, на которую направлено воздействие, можно выделить два вида ивентов. 206. Цель – ивентов вызвать эмоциональную привязанность к продукции компании или рационально оценить функциональные ее преимущества? 207. Как назвать коммуникации в форме мероприятия, передающие информацию о компании, ее товарах, услугах и брендах в развлекательной форме? 208. Какое значение имеет для исследователя понимание того, что торговые (продающие) мероприятия проводятся для ограниченного круга участников? 209. Почему событийный маркетинг иногда отождествляется с BTL-мероприятиями, ориентированными на рост продаж товара или услуги в краткосрочном периоде? 210. Какие вы можете назвать методы исследования коммуникации (мероприятий BTL)? 211. Какие общепринятые показатели используются в оценке эффективности ивент-мероприятий? 212. Почему для анализа результатов используется «полоса средних значений», которая позволяет выделять бренды, значительно отличающиеся своей эффективностью или неэффективностью от большинства других? 213. Каковы метрики исследований наиболее популярных вариантов

	проведения промоакций производителями? 214. Какова методика исследований эффективности промоакций? 215. Как определить эффективность использования партизанского маркетинга? 216. Как определяется эффективность программы лояльности? 217. Назовите метрики исследования эффективности программ лояльности? 218. Как измерить эффективность мероприятий, реализуемых в рамках трейд-маркетинга? 219. Почему важно провести предварительное тестирование возможных рекламных средств на выставках и ярмарках в целях их целесообразности применения? 220. Если игровой маркетинг является одной из разновидностей BTL-программ, то как измерить его эффективность? 221. Как измерить эффективность использования купонов на товары / услуги, низкий процент по кредиту, призы и подарки? 222. Зачем перед персоналом выставочного стенда ставится задача фиксировать количество контактов, которые заносятся в дневник стендиста? 223. Почему исследования являются неотъемлемой частью управления связями с общественностью? 224. Почему исследования делают коммуникацию двусторонней за счет сбора информации от общественности, а не односторонней? 225. В каких случаях двустороннее общение, как правило, более эффективно, чем одностороннее? 226. Правда ли, что без проведения исследований связи с общественностью основываются на опыте или инстинктах? 227. Какие простейшие формы являются неформальными методами исследования? 228. Что означает формальное исследование PR? 229. Что означает неформальное исследование PR? 230. Правда ли, что результаты исследования коммуникации PR зависят от деятельности практикующего специалиста? 231. Объясните тот факт, что PR исследователя перешла от наблюдения за большими группами людей, публикой, к более целевым группам? 232. Почему без исследования профессионал не может оценить, с чего начинается программа по связям с общественностью? 233. Какие методы доступны специалисты исследователю PR? 234. Почему ценностные вопросы: «насколько хорошо» или «насколько плохо» что-либо называются качественными? 235. Объясните почему теоретические и прикладные исследователи решают одну и ту же проблему, используя несколько разные подходы? 236. Почему вопросы политики почти всегда носят стратегический характер? 237. Какие коммуникации входят в комплекс паблик рилейшнз? 238. Какие коммуникации относятся к PR-функциям? 239. Какие направления исследования коммуникации в сфере связей с общественностью являются актуальными? 240. Как провести исследование качества лоббирования? 241. Как провести исследование качества благотворительности? 242. Как провести исследование качества фандрайзинга (fund – средства, финансирование, raise – нахождение, сбор) поиск источников финансирования? 243. Как определить качественный результат кризисного PR, кризис-менеджмента, управление в кризисных ситуациях? 244. Как можно оценить работу с благотворительными фондами? 245. Какие методы исследования коммуникации PR используются в оценке внутренних корпоративных коммуникаций? 246. Исследование коммуникаций PR волонтерства зависят от чего? 247. В чем вы видите специфику исследований связей с общественностью -PR? 248. Почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 249. Как вы объясните. Что в отличие от научного исследования,

	неформальное исследования основано на субъективной интуиции или на «авторитете»? 250. Какими принципами следует руководствоваться при проведении исследований по связям с общественностью? 251. На какие вопросы исследователь должен найти ответы в исследованиях PR? 252. С помощью каких мероприятий перед реализацией плана отдельные его элементы могут быть проверены исследователем? 253. Какие существуют четыре основные категории исследований по связям с общественностью? 254. Что позволяют получить первичные исследования в PR? 255. Что позволяют получить вторичное исследования или «кабинетное исследования в PR? 256. Объясните почему процесс PR-исследований ведется преимущественно в онлайн-режиме? 257. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 258. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR? 259. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)? 260. Каковы основные методы сбора количественных данных? 261. Как проводятся Интернет-опросы? 262. Как проводятся телефонные опросы? 263. Как проводятся почтовые опросы? 264. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)? 265. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа? 266. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи? 267. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения? 268. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения? 269. Какова общая характеристика качественных методов исследования PR? 270. На какие вопросы дают ответы качественные исследования по связям с общественностью? 271. Почему менеджеры по связям с общественностью часто используют качественные исследования для подтверждения количественных результатов? 272. Какова общая характеристика и назначение метода Холл-тестирования? 273. Какова общая характеристика и назначение ассоциативного теста или теста на неявные ассоциации (IAT)? 274. Какова общая характеристика и назначение метод анализа движения глаз? 275. Каковы цели и целесообразность использования смешанных методов/триангуляции в PR? 276. Почему использование двух или более методов исследования иногда называют триангуляцией? 277. Почем успешная триангуляция требует тщательного анализа типа информации, которую предоставляет каждый метод, включая его сильные и слабые стороны? 278. Почему такие виды исследований как hall-тесты, home-тесты или mystery shoping (тайный покупатель), контент-анализ относят к количественным исследованиям, но в тоже время они содержат в себе и признаки качественных исследований 279. Какова общая характеристика схемы методов маркетинговых исследований (схема профессора Д. А. Шевченко)? 280. Вы согласны с мнением, что социальные сети стали территорией связей с общественностью, где формируется и проверяется общественное, частное и групповое мнение, активно обсуждаются и оцениваются проблемы

	общественного мнения? 281. Вы согласны с тем, что социальные сети сегодня позволят практически любой организации обойти традиционные СМИ и наладить свои отношения напрямую? 282. Какова общая характеристика методики оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко. 283. Для каких целей предназначена методика Д. Шевченко? 284. Почему отслеживание взаимодействия с подписчиков с брендом фирмы происходит как на уровне автоматизации мониторинга? 285. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: оценки дизайн оформления группы, единство фирменного стиля? 286. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: общие показатели страницы? 287. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: динамика подписчиков? 288. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: реакции подписчиков? 289. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: вовлеченность на пост – ERR? 290. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: просмотры контента? 291. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: обратная связь –RR? 292. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: контент-стратегия? 293. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: качество контента (позиционирование бренда)? 294. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: Визуальное восприятие бренда: 295. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: восприятие контента бренда? 296. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: скорость роста аудитории? 297. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: прирост новой аудитории? Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: активность текущей аудитории?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ВИРУСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Новые интернет-технологии рекламы и связей с общественностью	Контрольная работа	1. Партизанский маркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений. 2. Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. 3. Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. 4. Ньюз джекинг и ситуативный маркетинг 5. Определите основные условия применения методов партизанского маркетинга;
2.	Раздел 2. Партизанский и ситуативный маркетинг: понятие, принципы и основные подходы	Контрольная работа	1. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга; 2. Определите три главных признака партизанского маркетинга. 3. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу. 4. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга. 5. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
3	Раздел 3. Инструменты партизанского и ситуативного маркетинга и их эффективность	Контрольная работа	1. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта партизанского маркетинга. 2. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами партизанского маркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы. 3. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE 4. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта партизанского маркетинга.

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. История появления партизанского маркетинга 2. История появления ситуативного маркетинга 3. Коммуникационные особенности партизанского маркетинга 4. Коммуникационные особенности ситуативного маркетинга 5. Партизанский маркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации 6. Тенденции развития партизанского маркетинга 7. Тенденции развития ситуативного маркетинга 8. Лучшие мировые кейсы партизанского маркетинга 9. Лучшие мировые кейсы ситуативного маркетинга 10. Метод исследования и оценки результатов партизанского маркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта. 11. Метод исследования и оценки результатов ситуативного маркетинга 12. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта. 13. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. 14. Исследование современных проектов партизанского маркетинга. 15. Исследование современных проектов ситуативного маркетинга. 16. Сущность«партизанскогомаркетинга» 17. Основные принципы и стратегии «Партизанского маркетинга» 18. Роль «Партизанского маркетинга» в достижении эффективности работы компаний. 19. Сущность «принципа осьминога» и «принципа Парфенона». 20. Основные приемы и инструменты системы малобюджетногомаркетинга. 21. Методы изучения потребителей. 22. Семь шагов клиента к кассе. 23. Сущность маркетинга партнёрских отношений. 24. Партнёрство с конкурентами, поставщиками и клиентами. 25. Мастер-класс (презентация,семинар) как инструмент рекламы. 26. Подготовка раздаточного материала(полезной информации с рекламой). 27. Выбор эффективных подарков-рекламоносителей. 28. Товар-детонатор. 29. Методы трассировки различных способов рекламы. 30. Инструменты интернет-маркетинга. 31. Оценка эффективности интернет-рекламы. 32. Сущность «маркетинга отношений» и его перспективы. 33. Понятие лояльности клиента и программ лояльности. 34. Стратегия формирования лояльных отношений. 35. Определить роль «партизанского маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности; 36. Определить роль «ситуативного маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности; 37. Расшифровать понятие «Фиолетовая корова»; 38. Определить основные условия применения методов партизанского маркетинга; 39. Определить основные условия применения методов ситуативного маркетинга;

	40. Изучить примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга. 41. Определить основные условия применения методов ситуативного маркетинга; 42. Определите три главных признака партизанского маркетинга: (дешевизна, необычность, виральность). 43. Определить связь ситуативного маркетинга и ньюз джегинга 44. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу. 45. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга. 46. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга. 47. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей ситуативного маркетинга. 48. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта партизанского маркетинга. 49. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для партизанского маркетинга. 50. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для ситуативного маркетинга. 51. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка? 52. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях партизанского маркетинга. 53. Назовите черты сходства и отличия вирусного и партизанского маркетинга. 54. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и партизанского маркетинга. 55. Какие работы выполняют специализированные агентства? 56. Каковы преимущества и риски работы с агентством. 57. Как составляется ТЗ для работы с агентством. 58. Как оценить эффект от ситуативного маркетинга? 59. Какие сотрудники занимаются ситуативным маркетингом? 60. Международная и национальная специфика ситуативного маркетинга 61. Основные методы социологии для оценки партизанского маркетинга; 62. Основные методы психологии для оценки партизанского маркетинга; 63. Расшифровка и принцип работы RACE. 64. Основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. 65. Общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы. 66. Способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании партизанского маркетинга. 67. Способы оценки потенциальных рисков перед запуском ситуативного маркетинга.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Теоретические основы информационного общества**	Реферат	1. Концепция информационного общества: основные этапы развития. 2. Теории информационного общества: сравнительный анализ подходов Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды. 3. Роль информационных технологий в формировании постиндустриального общества. 4. Информация как ключевой ресурс современного общества. 5. Глобализация и её влияние на развитие информационного общества. 6. Цифровизация как основной тренд современного общества. 7. Социальные изменения в условиях информационного общества. 8. Культурные аспекты развития информационного общества. 9. Экономика знаний: особенности и перспективы. 10. Информационное общество и проблемы цифрового неравенства. 11. Роль образования в формировании информационного общества. 12. Информационная инфраструктура: понятие и основные компоненты. 13. Влияние интернета на развитие информационного общества. 14. Информационное общество и проблемы информационной безопасности. 15. Этические аспекты развития информационного общества.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			16. Роль государства в формировании информационного общества. 17. Информационное общество и новые формы социальной коммуникации. 18. Информационное общество и трансформация трудовых отношений. 19. Роль инноваций в развитии информационного общества. 20. Информационное общество и проблемы цифровой грамотности. 21. Информационное общество и изменение роли традиционных СМИ. 22. Информационное общество и новые формы культурного потребления. 23. Информационное общество и проблемы приватности данных. 24. Информационное общество и вызовы цифровой экономики. 25. Информационное общество и экологические аспекты цифровизации. 26. Информационное общество и роль искусственного интеллекта. 27. Информационное общество и проблемы цифровой идентичности. 28. Информационное общество и трансформация политических процессов. 29. Информационное общество и роль больших данных. 30. Информационное общество и будущее человечества: прогнозы и сценарии.
2.	**Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества**	Контрольная работа	1. Основные цифровые технологии и их роль в современном обществе. 2. Влияние интернета на трансформацию экономики и социальных отношений. 3. Мобильные технологии и их значение в информационном обществе. 4. Облачные вычисления: преимущества и риски для бизнеса и общества. 5. Большие данные: понятие, применение и социальные последствия.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			6. Искусственный интеллект и его роль в развитии информационного общества. 7. Блокчейн-технологии: принципы работы и области применения. 8. Интернет вещей: возможности и вызовы для общества. 9. Цифровая трансформация бизнеса: основные этапы и примеры. 10. Электронная коммерция: тенденции и перспективы развития. 11. Цифровые платформы и их влияние на рынок труда. 12. Роль телекоммуникационных сетей в информационном обществе. 13. Центры обработки данных: функции и значение для экономики. 14. Национальные информационные системы: цели и задачи. 15. Глобальные информационные системы: примеры и их влияние на общество. 16. Проблемы цифрового неравенства в развитии информационной инфраструктуры. 17. Устойчивость информационной инфраструктуры: риски и решения. 18. Цифровые технологии и их влияние на образование. 19. Роль цифровых технологий в здравоохранении. 20. Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки. 21. Цифровые технологии и их влияние на культуру и искусство. 22. Роль цифровых технологий в развитии науки и инноваций. 23. Цифровые технологии и их влияние на экологию. 24. Проблемы кибербезопасности в условиях цифровизации. 25. Цифровые технологии и их роль в формировании "умных городов". 26. Роботизация и её влияние на рынок труда. 27. Цифровые технологии и их роль в борьбе с глобальными вызовами. 28. Эволюция цифровых технологий: от прошлого к будущему.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			29. Цифровые технологии и их влияние на политические процессы. 30. Будущее цифровых технологий: прогнозы и сценарии.
	Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации		1. Влияние цифровизации на формы социальной коммуникации. 2. Цифровизация и изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты). 3. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы. 4. Цифровизация культуры: новые формы искусства и медиапотребления. 5. Культурная глобализация в условиях цифровизации. 6. Сохранение локальной идентичности в цифровую эпоху. 7. Цифровое неравенство: понятие и основные аспекты. 8. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству. 9. Последствия цифрового неравенства для образования и занятости. 10. Стратегии преодоления цифрового неравенства на государственном уровне. 11. Роль международных организаций в борьбе с цифровым неравенством. 12. Цифровизация и изменение структуры рынка труда. 13. Новые профессии в условиях цифровой экономики. 14. Цифровизация и проблемы социальной мобильности. 15. Влияние цифровизации на семейные отношения. 16. Цифровизация и изменение роли молодёжи в обществе. 17. Цифровизация и проблемы старения населения. 18. Влияние цифровизации на гендерные отношения. 19. Цифровизация и изменение роли религии в обществе. 20. Цифровизация и проблемы психического здоровья.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			21. Влияние цифровизации на политическую активность граждан. 22. Цифровизация и проблемы информационной перегрузки. 23. Цифровизация и изменение роли традиционных СМИ. 24. Влияние цифровизации на формирование общественного мнения. 25. Цифровизация и проблемы цифровой зависимости. 26. Влияние цифровизации на экологическое сознание общества. 27. Цифровизация и проблемы сохранения культурного наследия. 28. Цифровизация и изменение роли искусства в обществе. 29. Влияние цифровизации на межкультурную коммуникацию. 30. Будущее социальных и культурных изменений в условиях цифровизации.
	Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе		1. Основные этические проблемы цифровой среды. 2. Конфиденциальность и приватность в условиях цифровизации. 3. Манипуляция данными: этические аспекты и последствия. 4. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий. 5. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта. 6. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям. 7. Основные угрозы информационной безопасности в цифровую эпоху. 8. Кибератаки: виды, последствия и методы защиты. 9. Утечки данных: причины, последствия и профилактика. 10. Вредоносное ПО: виды и методы борьбы. 11. Криптография как метод защиты информации. 12. Аутентификация и её роль в обеспечении информационной безопасности. 13. Резервное копирование данных: значение и методы реализации.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			14. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности. 15. Цифровая гигиена: основные принципы и рекомендации. 16. Управление информационными рисками: стратегии и инструменты. 17. Информационная безопасность в бизнесе: основные подходы. 18. Информационная безопасность в государственных структурах. 19. Роль международного сотрудничества в обеспечении информационной безопасности. 20. Информационная безопасность и защита персональных данных. 21. Этические аспекты использования больших данных. 22. Проблемы цифровой идентичности и анонимности. 23. Этические аспекты использования технологий распознавания лиц. 24. Информационная безопасность и проблемы цифрового следа. 25. Этические аспекты использования дронов и роботов. 26. Информационная безопасность в условиях интернета вещей. 27. Этические аспекты использования блокчейн-технологий. 28. Информационная безопасность и проблемы кибербуллинга. 29. Этические аспекты использования виртуальной и дополненной реальности. 30. Будущее этики и безопасности в информационном обществе.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	*1-30*
Всего		30

Тестовые задания
Код контролируемой компетенции: ОПК-6

1. Какой основной ресурс является ключевым в информационном обществе?

a) Земля

b) Информация

c) Капитал

2. Кто ввел термин «информационное общество»?

a) Мануэль Кастельс

b) Дэниел Белл

c) Элвин Тоффлер

3. Какой этап развития общества предшествовал информационному?

a) Аграрное общество

b) Индустриальное общество

c) Постиндустриальное общество

4. Какой из ниже перечисленных признаков НЕ относится к информационному обществу?

a) Рост числа занятых в сельском хозяйстве

b) Увеличение объема производства и потребления информации

c) Развитие цифровых технологий

5. Какая отрасль экономики становится доминирующей в информационном обществе?

a) Промышленность

b) Сфера услуг

c) Сельское хозяйство

6. Как называется концепция, согласно которой информация становится основным фактором производства?

a) Теория социального прогресса

b) Информационная теория общества

c) Теория постиндустриального общества

7. Какой фактор наиболее способствует цифровому неравенству?

a) Уровень образования

b) Возраст

c) Географическое расположение

8. Что из перечисленного является характеристикой глобального информационного общества?

a) Закрытость информации

b) Свободный доступ к информации

c) Снижение роли технологий

9. Какой тип экономики доминирует в информационном обществе?

a) Натуральное хозяйство

b) Экономика знаний

c) Товарно-денежная экономика

10. Какой фактор является ключевым для цифровой трансформации общества?

a) Развитие транспортной инфраструктуры

b) Развитие информационных технологий

c) Увеличение численности населения

11. Какой термин обозначает разницу в доступе к цифровым технологиям между различными слоями населения?

a) Информационный прогресс

b) Цифровой разрыв

c) Социальное неравенство

12. Как называется процесс перевода данных в цифровую форму?

a) Аналогизация

b) Цифровизация

c) Декомпозиция

13. Какие из следующих технологий являются основными для развития информационного общества?

a) Искусственный интеллект

b) Блокчейн

c) Печатные станки

14. Какое влияние оказывает информационное общество на образование?

a) Делает знания более доступными

b) Исключает необходимость традиционного обучения

c) Упрощает процесс получения новых компетенций

15. Какой институт выполняет ключевую роль в регулировании цифрового общества?

a) Государство

b) Церковь
c) Частные корпорации

16. Дайте определение информационного общества.

17. Назовите три основных признака информационного общества.

18. Какие преимущества дает развитие информационного общества?

19. Какие проблемы вызывает цифровизация общества?

20. Как интернет изменил способы коммуникации между людьми?

21. В чем отличие информационного общества от индустриального?

22. Почему цифровое неравенство считается серьезной социальной проблемой?

23. Как искусственный интеллект влияет на рынок труда?

24. Какие риски связаны с распространением фейковых новостей в цифровом обществе?

25. Как социальные сети меняют политику и общественное мнение?

26. Какие профессии становятся наиболее востребованными в информационном обществе?

27. Как государства контролируют распространение информации в цифровую эпоху?

28. Какую роль играет кибербезопасность в современном информационном обществе?

29. Что такое экономика знаний и как она связана с информационным обществом?

30. Какие перспективы развития у информационного общества в ближайшие 20 лет?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2024 г.

1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Инновационные технологии рекламы	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля: аналитическое задание Составить сравнительную таблицу трех сайтов различных компаний: оценить общее впечатление, назначение, способы взаимодействия с посетителями. Подготовить аналитическую записку.
2	Раздел 2. Инновационные технологии связей с общественностью	Эссе	Форма рубежного контроля - эссе Эссе на тему: «Информационные процессы в современном обществе»
3	Раздел 3. Геймификация	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание Подготовить сравнительную таблицу по анализу двух примеров геймификации в разных компаниях. Сопроводить аналитической запиской.
4	Раздел 4. Технологии ИИ в рекламе и связях с общественностью	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание При помощи нейросети «Кандинский» создать полный комплект корпоративной айдентики для компании (на выбор).
5	Раздел 5. Бренды и метавселенные	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля – аналитическое задание Разработать концепцию присутствия бренда (на выбор) в метавселенной (на выбор).
6	Раздел 6. Создание и управление коммьюнити	Проект	Форма рубежного контроля - проект Разработать концепцию коммьюнитив компании на выбор

2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Содержание понятия «инновация» 2. Виды инноваций 3. Инновационные процессы. 4. Жизненный цикл и функции инноваций 5. Инновационная деятельность в сфере рекламы. 6. Роль предпринимателя в инновационных процессах 7. Характеристика национальной инновационной системы. 8. Система государственного регулирования инновационных процессов. 9. Направления инновационного развития 10. Государственная поддержка инновационной деятельности в сфере рекламы 11. Инновационная стратегия предприятий 12. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки 13. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. 14. Риски в инновационной деятельности 15. Организация инновационной деятельности ее цели и задачи 16. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение 17. Инновационная деятельность в рекламных компаниях 18. Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара 19. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. 20. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий 21. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения 22. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы 23. Применение информационных распределительные системы. 24. Электронная коммерция 25. Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. 26. ети баннерного обмена. 27. Основные рекламные площадки: порталы, поисковые системы, каталоги, рейтинги, тематические сайты. 28. Web-сайт как объект и субъект рекламной деятельности. 29. Продвижение Интернет-ресурса: в онлайновой среде и оффлайне. 30. Субъекты инфраструктуры рынка Интернет-рекламы. 31. Рынок рекламных услуг Санкт-Петербурга (рекламные агентства, Web-студии, фриланс). 32. Исследование рекламной аудитории в Интернете: способы проведения и методы обработки данных. 33. Брендинг в сети Интернет. 34. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в Сети. 35. Проблема спама. 36. Формы взаимодействия участников электронного рынка: электронные торговые площадки. 37. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности. 38. Интернет как канал рекламных коммуникаций: сходство и различия с традиционными 39. видами рекламы.

	40. Специфика и преимущества разных видов Интернет-рекламы по характеру 41. распространения информации. 42. Баннер как основной носитель Интернет-рекламы: разновидности. Текстовые блоки: преимущества и недостатки текстовой рекламы в Сети. 43. Rich Media реклама: разновидности, преимущества. 44. Специфика коммерческой и имиджевой рекламы в Интернете. 45. Способы распространения рекламной информации в Интернете: e-mail-рассылки, телеконференции.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Психология PR, рекламы и продвижения**	Реферат	1. Роль эмоционального интеллекта в управлении репутацией бренда. 2. Манипуляция vs. этичное влияние: границы допустимого в PR-кампаниях. 3. Психологические механизмы формирования лояльности аудитории в кризисных ситуациях. 4. Техники нейролингвистического программирования (НЛП) в PR-коммуникациях. 5. Психология восприятия корпоративной социальной ответственности (КСО). 6. Эффект «эмоционального якоря»: как реклама связывает продукт с позитивными переживаниями. 7. Влияние цвета и шрифтов на подсознание потребителя. 8. Сторителлинг как инструмент формирования доверия к бренду. 9. Психология страха в социальной рекламе: польза и риски. 10. Гендерные стереотипы в рекламе: эволюция подходов. 11. Роль музыки и звуков в усилении рекламного сообщения. 12. Дети как целевая аудитория: этические аспекты рекламы. 13. Нейромаркетинг: как исследования мозга меняют подходы к рекламе. 14. Эффект «дефицита» и FOMO (Fear of Missing Out) в цифровом маркетинге. 15. Почему люди покупают ненужное? Психология импульсивных покупок.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			16. Теория перспектив (Prospect Theory) и её применение в ценообразовании. 17. Как когнитивные искажения влияют на выбор потребителя (например, эффект якоря). 18. Психология вирального контента: почему люди делятся рекламой? 19. Влияние алгоритмов соцсетей на формирование потребительских предпочтений. 20. Эмоциональный отклик на рекламу в TikTok: особенности поколения Z. 21. Геймификация в продвижении: как игровые механики повышают вовлеченность. 22. Психологические аспекты таргетированной рекламы: персонализация vs. приватность. 23. Этические проблемы использования подсознательных сообщений в рекламе. 24. Кросс-культурные различия в восприятии рекламных кампаний. 25. Психология «зеленого» маркетинга: как экологичные тренды влияют на выбор потребителей. 26. Манипуляция в политическом PR: методы и последствия. 27. Психология успеха бренда Apple: как создать культовый статус. 28. Кампания Dove «Real Beauty»: анализ психологического воздействия. 29. Использование AR/VR в рекламе: новые возможности для эмоционального вовлечения. 30. Big Data и психология: как анализ данных предсказывает поведение аудитории.
2.	**Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ**	Контрольная работа	1. Искусственный интеллект в рекламе: психология персонализированных сообщений. 2. Deepfake в PR: угрозы доверию и методы противодействия. 3. Чат-боты как инструмент коммуникации: психология диалога с AI. 4. Влияние алгоритмов TikTok на формирование потребительских привычек.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			5. Как мозг обрабатывает рекламу: роль префронтальной коры и лимбической системы. 6. Биометрические данные в маркетинге: анализ мимики и физиологических реакций. 7. ЭЭГ и eye-tracking: как технологии отслеживания взгляда меняют дизайн рекламы. 8. Психология мемов: почему виралятся абсурдные изображения. 9. Роль анимации в рекламе: от детского восприятия до взрослой ностальгии. 10. Инфографика vs. текст: как визуализация данных влияет на убеждение. 11. Психология поколения Z: почему TikTok эффективнее TV-рекламы. 12. Миллениалы vs. бумеры: различия в восприятии социальной рекламы. 13. Как пандемия изменила психологические паттерны потребления контента. 14. Психологическая резистентность к рекламе: как аудитория учится «фильтровать» сообщения. 15. Экологичный PR: почему «зелёные» инициативы не всегда вызывают доверие. 16. Тёмные паттерны в дизайне: манипуляция через интерфейсы. 17. Роль эмпатии в антикризисных PR-стратегиях. 18. Реклама и тревожность: как бренды эксплуатируют страх одиночества. 19. Психология инклюзивности: почему разнообразие в рекламе повышает лояльность. 20. Психология игровых механик в мобильной рекламе: от достижений до лутбоксов. 21. VR-реклама: как иммерсивность преодолевает скептицизм. 22. Квизы и опросы: почему пользователи готовы делиться личными данными. 23. Табу в рекламе: культурные различия в восприятии провокационного контента.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			24. Психология цвета в разных культурах: почему белый — не всегда чистота. 25. Исламский маркетинг: как религия влияет на коммуникационные стратегии. 26. Нейросети и генерация названий брендов: психология «идеального» нейминга. 27. Архетипы Юнга в брендинге: почему Apple — «Герой», а Coca-Cola — «Ребёнок». 28. Психология слоганов: как 3 слова могут изменить восприятие бренда. 29. Метавселенные и PR: как виртуальные миры меняют коммуникацию с аудиторией. 30. Психология Web 3.0: децентрализация, NFT и доверие к брендам.
	Раздел 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ		1. Теория «6 принципов влияния» Роберта Чалдини и их применение в медиакоммуникациях. 2. Модель AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) в цифровой эпохе: эволюция или устаревание? 3. Манипуляция vs. убеждение: этические границы коммуникативных технологий. 4. Теория «нарративного паралича»: как истории блокируют критическое мышление. 5. Алгоритмы соцсетей как инструмент формирования общественного мнения. 6. Deepfake в политической пропаганде: угрозы демократическому дискурсу. 7. Таргетированная реклама: как Big Data предсказывает и меняет поведение пользователей. 8. Чат-боты и AI: психология доверия к виртуальным собеседникам. 9. Вирусные мемы как инструмент скрытого влияния: от развлечения до манипуляции. 10. Gaslighting в медиа: как СМИ создают альтернативную реальность. 11. Техники НЛП (нейролингвистического программирования) в политических дебатах.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			12. «Якорение» в переговорах: как первая информация определяет исход.** 13. Феномен «информационной перегрузки»: как хаос данных подавляет критическое мышление. 14. Прокрастинация как инструмент влияния: «Завтра будет поздно!» 15. Как распознать манипуляцию в медиа: алгоритмы факт-чекинга. 16. Цифровой детокс: сопротивление технологиям навязчивого влияния. 17. Регулирование политической рекламы: опыт ЕС и США. 18. Этика использования эмоциональных триггеров в социальной рекламе. 19. Эффект «спирали молчания»: как страх изоляции формирует общественное мнение. 20. Когнитивные искажения в принятии решений: роль СМИ и рекламы. 21. Эмоциональный шантаж в PR-кампаниях: «Если не ты, то кто?» 22. Психология конспирологических теорий: почему люди верят в фейки. 23. Кампания Cambridge Analytica: как данные Facebook изменили политику. 24. TikTok-пропаганда: влияние коротких видео на молодежь. 25. Роль телеграм-каналов в протестных движениях: пример Беларуси и Гонконга. 26. «Черные пятницы»: как искусственный ажиотаж стимулирует покупки.** 27. Психология культа личности: коммуникативные технологии Северной Кореи. 28. Метавселенные как новая площадка для скрытого влияния: риски и возможности. 29. NFT и бренды: как цифровое искусство манипулирует ценностью. 30. Искусственный интеллект в создании фейковых новостей: можно ли остановить эпоху постправды?

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
	Раздел 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении		1. Нейромаркетинг: как сканирование мозга предсказывает реакцию на рекламу. 2. Эмоциональный искусственный интеллект: алгоритмы, определяющие настроение аудитории. 3. Геймификация в продвижении: игровые механики как инструмент вовлечения. 4. Дополненная реальность (AR) и её роль в создании «эмоциональных якорей». 5. Биометрические данные в рекламе: анализ пульса, мимики и движения глаз. 6. Эффект «социального доказательства»: почему отзывы и рейтинги продают. 7. Теория дефицита: как искусственное ограничение стимулирует покупки. 8. Принцип взаимности: бесплатные образцы и их влияние на лояльность. 9. Авторитет в рекламе: роли экспертов, врачей и знаменитостей. 10. Эффект якоря: как первая цена формирует восприятие выгоды. 11. Страх как инструмент продвижения: от страховок до социальной рекламы. 12. Ностальгия в маркетинге: почему ретро-стиль возвращает клиентов. 13. Юмор в рекламе: психология запоминаемости и виральности. 14. Эмпатия в брендинге: как истории меняют отношение к компаниям. 15. Цветовая психология: почему McDonald’s использует красный и желтый. 16. Таргетированная реклама: как Big Data предсказывает желания пользователей. 17. Соцсети и дофаминовые ловушки: алгоритмы, вызывающие привыкание. 18. Чат-боты с эмоциональным интеллектом: имитация человеческого общения.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			19. Динамический контент: персонализация рекламы в реальном времени. 20. Психология кликбейта: почему заголовки-провокации работают. 21. Измерение ROI эмоциональных кампаний: метрики успеха. 22. Кейс: Coca-Cola и «Share a Coke» — психология персонификации. 23. Кейс: IKEA и эффект «сделай сам» — как вовлечение повышает лояльность. 24. Провалы психологического воздействия: когда реклама вызывает отторжение. 25. Этика манипуляции: границы между влиянием и обманом. 26. A/B-тестирование эмоциональных триггеров: что работает лучше? 27. Лабораторные эксперименты в нейромаркетинге: этические дилеммы. 28. Полевые исследования: как поведенческая экономика меняет промо-акции. 29. ИИ-генерация контента: сможет ли нейросеть заменить копирайтеров? 30. Метавселенные и психология присутствия: новые формы продвижения.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2-3)
Заочная форма обучения (Курс 2, Сессия 1–4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем	*1-15*

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
	региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	*16-30*
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

1. Какой вид восприятия играет ключевую роль в рекламе?

a) Тактильное

b) Зрительное

c) Аудиальное

d) Обонятельное

2. Какая теория объясняет восприятие рекламы как целостного образа?

a) Теория когнитивного диссонанса

b) Гештальт-психология

c) Теория социального научения

d) Психоанализ

3. Какой цвет чаще всего ассоциируется с надежностью и доверием в рекламе?

a) Красный

b) Синий

c) Зеленый

d) Желтый

4. Что из перечисленного НЕ является принципом гештальт-психологии?

a) Закон близости

b) Закон инерции

c) Закон симметрии

d) Закон фигуры и фона

5. Какой из следующих факторов повышает запоминаемость рекламного сообщения?

a) Эмоциональный отклик

b) Сложность текста

c) Избыток информации

d) Однообразие изображения

6. Как называется эффект, при котором частое повторение рекламного сообщения повышает его привлекательность?

a) Эффект Зейгарник

b) Эффект простого воздействия (mere exposure effect)

c) Эффект запаздывания

d) Эффект первичности

7. Какой из перечисленных рекламных приемов основан на когнитивном диссонансе?

a) Использование шокирующих образов

b) Призыв к действию

c) Сравнительная реклама

d) Противоречивые слоганы

8. Как называется прием в рекламе, когда демонстрируется товар в ситуации его использования?

a) Продукт-плейсмент

b) Директ-маркетинг

c) Вирусный маркетинг

d) Эффект якоря

9. Какое из утверждений верно для рекламы, воздействующей на бессознательное?

a) Она требует осознанного внимания зрителя

b) Она использует рациональные доводы

c) Она может включать скрытые сообщения

d) Она полностью игнорирует эмоциональные триггеры

10. Как называется стратегия рекламы, вызывающая у потребителя страх перед возможными негативными последствиями?

a) Шоковая реклама

b) Реклама дефицита

c) Агрессивный маркетинг

d) Реклама инверсии

11. Какой психологический эффект проявляется, когда человек чаще доверяет первой полученной информации?

a) Эффект ореола

b) Эффект первичности

c) Эффект новизны

d) Эффект Барнума

12. Как называется стратегия PR, при которой негативную информацию преподносят в положительном ключе?

a) Спин-докторинг

b) Бренд-менеджмент

c) Антикризисный PR

d) Рекламный аудит

13. Какой из эффектов заставляет людей верить в обобщенные положительные описания личности?

a) Эффект Барнума

b) Эффект первичности

c) Эффект якоря

d) Эффект наблюдателя

14. Какой из факторов влияет на формирование имиджа компании в глазах потребителей?

a) Качество продукции

b) Социальная ответственность

c) Репутация бренда

d) Все вышеперечисленное

15. Какая стратегия PR направлена на формирование долгосрочного доверия к бренду?

a) Кризисный менеджмент

b) Имиджевый PR

c) Чёрный PR

d) Антиреклама

Код контролируемой компетенции: ОПК-7

16. Как называется техника манипуляции, при которой создается иллюзия выбора?

a) Метод Сократа

b) Метод ложной дихотомии

c) Эффект рецентности

d) Эффект Барнума

17. Какой прием используется в рекламе для создания ощущения срочности?

a) Ограниченное предложение

b) Эффект якоря

c) Сравнительная реклама

d) Метод фрейминга

18. Какой термин означает подмену понятий в PR?

a) Спин-докторинг

b) Метод «ножниц»

c) Пропаганда

d) Метод контрастов

19. Какая техника манипуляции связана с сознательным занижением цены, чтобы привлечь внимание?

a) «Эффект приманки»

b) Метод «дверь в лицо»

c) Метод «нога в двери»

d) Ловушка с наживкой

20. Какой метод манипуляции связан с постепенным увеличением запросов после первоначального согласия?

a) Метод «нога в двери»

b) Метод «дверь в лицо»

c) Метод сравнения

d) Метод якоря

21. Какие эффекты влияют на восприятие личности в рекламе?

a) Эффект ореола

b) Эффект новизны

c) Эффект первичности

22. Что такое эффект рецентности?

a) Лучше запоминается последняя информация

b) Лучше запоминается первая информация

c) Информация воспринимается нейтрально

23. Какие виды памяти чаще всего используются при запоминании рекламных сообщений?

a) Кратковременная

b) Долговременная

c) Сенсорная

24. Какие методы психологического воздействия чаще всего используются в рекламе?

a) Рациональный подход

b) Эмоциональный подход

c) Подсознательное внушение

25. Что из перечисленного является психологическим триггером доверия в рекламе?

a) Использование известных личностей

b) Нейтральный тон повествования

c) Социальное доказательство (отзывы, рейтинги)

26. Какие приемы чаще всего используются в PR для управления кризисными ситуациями?

a) Открытая коммуникация

b) Замалчивание проблемы

c) Переключение внимания на другие темы

27. Что делает вирусную рекламу успешной?

a) Эмоциональный отклик

b) Высокая стоимость размещения

c) Возможность легкого распространения пользователями

28. Как называется техника, при которой человек соглашается на маленькую просьбу, а затем на более значительную?

a) Метод «нога в двери»

b) Метод «дверь в лицо»

c) Метод «якоря»

29. Какие психологические механизмы используются в сравнительной рекламе?

a) Контраст

b) Эффект первичности

c) Эффект рецентности

30. Какие стили подачи информации считаются наиболее эффективными в рекламных роликах?

a) Простые и понятные сообщения

b) Высокая информационная плотность

c) Использование визуальных и аудиальных триггеров

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
БРЕНДИНГ В СИСТЕМЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел -1** Конкурентные коммуникационные стратегии	Реферат	1. Роль коммуникаций в формировании конкурентных преимуществ компании 2. Ценовая политика как инструмент конкурентных коммуникаций 3. Сравнительный анализ агрессивных и кооперационных стратегий коммуникации 4. Брендинг vs. конкурентный маркетинг: что важнее в долгосрочной перспективе 5. Коммуникационная поддержка при выводе новых товаров на конкурентный рынок 6. Коммуникационные стратегии в условиях насыщенного рынка (case-study) 7. Лидерство в отрасли: как дифференцировать бренд с помощью коммуникаций 8. Роль психологического ценообразования в конкурентной борьбе 9. Конкурентный анализ: инструменты и методики для формирования эффективных коммуникаций 10. Сравнение традиционных и цифровых каналов коммуникаций в конкурентной среде 11. Управление репутацией в условиях жёсткой конкуренции 12. Стратегии удержания клиентов с помощью мотивационных программ 13. Коммуникации в условиях ценовых войн: как сохранить маржинальность 14. Позиционирование и репозиционирование бренда для завоевания конкурентного преимущества 15. Влияние корпоративной культуры на формирование конкурентной коммуникационной политики

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			16. Роль клиентского сервиса в конкурентных коммуникациях (сервис как дифференциатор) 17. Интеграция социальных медиа и офлайн-активностей для усиления конкурентной позиции 18. Применение метода “голубого океана” и его коммуникативное воплощение 19. Сегментирование и таргетинг: эффективное распределение ресурсов в конкурентной среде 20. Антикризисные коммуникации и стратегия конкурентного выживания 21. Ко-брендинг: совместные коммуникации для усиления конкурентных преимуществ 22. Этика и социальная ответственность в конкурентных коммуникациях 23. Мультибрендовая стратегия: преимущества и риски для коммуникации 24. Guerilla-маркетинг как инструмент конкурентной борьбы 25. Использование influence-маркетинга в конкурентной среде 26. Роль стратегических альянсов и партнерств в усилении позиции на рынке 27. Персонализация рекламных сообщений как конкурентное преимущество 28. Корпоративные СМИ и их роль в конкурентной коммуникации (новостные бюллетени, корпоративные блоги) 29. Особенности конкурентных коммуникаций на глобальном рынке 30. Инновационный маркетинг: как уникальное предложение формирует лидерские позиции
2.	**Раздел -2** ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ	Реферат	1. Теоретические основы маркетинговых исследований: обзор основных подходов 2. Роль анализа внешней среды (PEST/PESTEL) в разработке коммуникационных стратегий 3. ABC- и XYZ-анализ: особенности и применение в планировании коммуникаций 4. Использование SWOT-анализа для совершенствования маркетинговых коммуникаций

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			5. Методы прогнозирования спроса и их роль в коммуникационных программах 6. Качественные и количественные методы исследования потребителей: сравнительный анализ 7. Нейромаркетинг: возможности и ограничения в изучении потребительского поведения 8. Онлайн-исследования: веб-аналитика, опросы, панельные исследования 9. Тестирование рекламных концепций: лабораторные и полевые методы 10. Изучение эффективности ATL и BTL: критерии и метрики оценки 11. Метод фокус-групп: организация, проведение, интерпретация результатов 12. Мониторинг и анализ социальных сетей как источник инсайтов для ИМК 13. Изучение бренда: Brand tracking и Brand health метрики 14. Использование big data в маркетинговых исследованиях 15. Изучение конкурентных стратегий с помощью анализа контента в медиасфере 16. Применение методов conjoint-анализа в разработке продуктовых и коммуникационных решений 17. Наблюдение и Mystery Shopping: когда и зачем эти методы эффективны 18. Панельные исследования и их значение в долгосрочном планировании коммуникаций 19. Роль KPI в оценке результатов маркетинговых исследований 20. Технологии онлайн-трекеров (Google Trends и др.) для выявления трендов в потребительском поведении 21. Применение аналитики клиентов (RFM-анализ) в коммуникационных стратегиях 22. Методы тестирования ценовой эластичности в контексте рекламных кампаний 23. Сегментация рынка на основе психографических показателей и её роль в коммуникациях 24. Этнографические исследования в маркетинге: применение и перспективы

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			25. Проблемы репрезентативности и валидности данных в маркетинговых исследованиях 26. Роль консалтинговых агентств в проведении маркетинговых исследований 27. Оценка и анализ обратной связи от потребителей в режиме реального времени 28. Технологии искусственного интеллекта в анализе тональности коммуникаций (sentiment analysis) 29. Тайм-серии и анализ трендов в разработке стратегий продвижения 30. Методологии agile-исследований и их использование в динамичных рынках
	Раздел -3 ИМК КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА B2B-РЫНКЕ	Реферат	1. Особенности B2B-маркетинга: сравнение с B2C-моделью 2. Роль прямого маркетинга в установлении долгосрочных отношений с партнёрами 3. Разработка и проведение B2B-выставок: планирование и оценка эффективности 4. Коммуникационные стратегии для запуска новых продуктов на B2B-рынке 5. Применение контент-маркетинга в B2B-сегменте (белые книги, исследования, вебинары) 6. Персонализация и адресное обращение в B2B-коммуникациях 7. Лояльность деловых клиентов: программы стимулирования и удержания 8. Каналы цифрового маркетинга в B2B: LinkedIn, профильные платформы, профессиональные СМИ 9. Роль бренда компании-поставщика на B2B-рынке 10. Кейсы успешного ко-брендинга в B2B-сфере 11. Специфика e-mail-маркетинга для B2B-аудитории 12. Контрактные и тендерные площадки: как формировать коммуникации и репутацию 13. Прямой маркетинг на международном B2B-рынке: барьеры и решения 14. Роль семинаров и конференций как инструментов ИМК в B2B

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			15. Особенности продаж и переговоров в B2B-сегменте: коммуникативные аспекты 16. Как использовать кейс-стори (case studies) для привлечения новых партнёров 17. Корпоративный сайт как центр B2B-коммуникаций 18. Использование CRM-систем для оптимизации B2B-коммуникаций 19. Анализ конкурентов и рыночная разведка (competitive intelligence) в B2B 20. Стратегическое партнёрство и альянсы: роль интегрированных коммуникаций 21. Участие в профильных сообществах и ассоциациях: влияние на формирование имиджа 22. Роль качественного контента и thought leadership в продвижении B2B-компании 23. Выставочные мероприятия нового формата: виртуальные выставки и онлайн-ивенты 24. Управление репутацией (ORM) в B2B: кейсы и инструменты 25. Видеомаркетинг на B2B-рынке: вебинары, презентации, обучающие ролики 26. Тенденции развития рынка B2B-маркетинга (маркетплейсы, SaaS-платформы) 27. Интерактивные инструменты продаж (AR/VR) в B2B-сегменте 28. Omni-channel и комплексный подход к продвижению на B2B-рынках 29. Финансовые аспекты B2B-маркетинга: эффективность инвестиций и ROI 30. Этические и правовые аспекты B2B-маркетинга (тендеры, закупки, контракты)
	Раздел -4 СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ ИМК	Реферат	1. Тенденции развития диджитал-маркетинга: место и роль в общей ИМК 2. Контент-маркетинг: блоги, подкасты, видео и др. форматы в современной коммуникации 3. SMM (Social Media Marketing): влияние соцсетей на брендинг и продажи 4. SEO и контекстная реклама: как сочетать инструменты для максимальной отдачи

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			5. E-mail маркетинг и чат-боты: автоматизация коммуникаций и повышение конверсии 6. Нативная реклама в социальных медиа: этические вопросы и эффективность 7. Мобильный маркетинг: приложения, геолокационные сервисы, push-уведомления 8. Партнёрский маркетинг (affiliate marketing) и реферальные программы 9. Видеомаркетинг: YouTube, TikTok и прочие платформы для продвижения 10. Партизанский маркетинг: нестандартные решения и минимальный бюджет 11. Крауд-маркетинг: использование форумов, блогов и сообществ 12. Вирусный маркетинг: механизмы запуска и мониторинга вирусных кампаний 13. Ambush-маркетинг: стратегии обхода официального спонсорства 14. Ambient media: креативные решения в городской среде 15. Product placement: особенности интеграции брендов в медиа-контент 16. Life placement: продвижение через повседневную жизнь и реальных инфлюенсеров 17. Flash mob: организация и риски публичных акций 18. НЛП-техники в рекламе и продажах: этические аспекты применения 19. AR/VR-маркетинг: использование дополненной и виртуальной реальности в коммуникациях 20. Gamification: игровые механики для вовлечения аудитории 21. ChatGPT и аналогичные модели: возможности генерации контента и диалоговых коммуникаций 22. Big Data и Machine Learning: анализ данных и персонализация рекламных сообщений 23. Digital PR и управление онлайн-репутацией (ORM) 24. Подходы к омниканальной стратегии: единый клиентский опыт во всех точках контакта

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			25. Инфлюенсер-маркетинг: блогеры, лидеры мнений, кросспромо с селебрити 26. Экологичность и устойчивое развитие в ИМК: тренды «зелёного» маркетинга 27. Blockchain-технологии в маркетинге: от прозрачных контрактов до токенизации лояльности 28. Микромоменты и маркетинг в режиме реального времени (Real-time marketing) 29. Нейромаркетинг и биометрия: применение технологий отслеживания реакции потребителей 30. Budgets & Metrics: как оценивать эффективность современных инструментов и методов ИМК

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 3)
Заочная форма обучения (Курс 2, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	*1-30*
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

1. **Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)?**
   a) Использование только одного канала коммуникации
   b) Согласованное использование всех каналов для передачи единого сообщения
   c) Только digital-маркетинг

d) Только традиционная реклама
Ответ: _____

2. **Какую роль играет брендинг в системе ИМК?**
   a) Создание разрозненных сообщений
   b) Формирование единого образа бренда через все каналы коммуникации
   c) Увеличение количества рекламных каналов
   d) Уменьшение затрат на маркетинг
   Ответ: _____
3. **Какой элемент ИМК помогает укрепить идентичность бренда?**
   a) Разные сообщения для разных каналов
   b) Единый тон голоса и визуальный стиль
   c) Увеличение бюджета на рекламу
   d) Отказ от digital-каналов
   Ответ: _____
4. **Что такое "тонал голоса" бренда в контексте ИМК?**
   a) Цветовая палитра бренда
   b) Стиль коммуникации, который отражает характер бренда
   c) Логотип бренда
   d) Упаковка продукта
   Ответ: _____
5. **Какой канал коммуникации наиболее эффективен для цифрового брендинга?**
   a) Телевидение
   b) Социальные сети
   c) Радио
   d) Газеты
   Ответ: _____
6. **Что такое "кросс-медийная коммуникация" в ИМК?**
   a) Использование только одного канала коммуникации
   b) Согласованное использование нескольких каналов для усиления сообщения
   c) Отказ от digital-каналов
   d) Увеличение бюджета на рекламу
   Ответ: _____
7. **Какую роль играет контент-маркетинг в брендинге?**
   a) Увеличение количества рекламных сообщений
   b) Создание полезного контента для укрепления имиджа бренда
   c) Уменьшение затрат на маркетинг
   d) Отказ от социальных сетей
   Ответ: _____
8. **Что такое "бренд-платформа" в системе ИМК?**
   a) Основа для всех коммуникаций бренда, включая ценности, миссию и позиционирование
   b) Рекламный ролик
   c) Отчёт о продажах
   d) План маркетинговой кампании

9. **Какой инструмент ИМК помогает измерить эффективность брендинга?**
   a) SWOT-анализ
   b) Отслеживание метрик вовлечённости и узнаваемости бренда
   c) Увеличение бюджета на рекламу
   d) Отказ от аналитики

10. **Что такое "эмоциональный брендинг" в контексте ИМК?**
    a) Создание связи между брендом и эмоциями потребителей через коммуникации
    b) Увеличение продаж
    c) Создание логотипа
    d) Разработка упаковки

11. **Какие из перечисленных методов относятся к креативным технологиям в рекламе?**
    1. Мозговой штурм
    2. Анализ конкурентов
    3. Метод шести шляп
    4. SWOT-анализ
    5. SCAMPER-метод

12. **Какие элементы необходимы для создания успешной креативной концепции в рекламе?**
    1. Четкое понимание целевой аудитории
    2. Большой бюджет
    3. Оригинальная идея, выделяющаяся на фоне конкурентов
    4. Использование только digital-каналов
    5. Эмоциональная вовлеченность аудитории

13. **Какие из перечисленных каналов относятся к digital-маркетингу?**
    1. Социальные сети
    2. Телевидение
    3. Email-маркетинг
    4. Радио
    5. Контекстная реклама

14. **Какие из перечисленных инструментов используются для анализа конкурентов?**
    1. SWOT-анализ
    2. Карта восприятия (perceptual map)
    3. Бенчмаркинг
    4. Мозговой штурм
    5. SCAMPER-метод

15. **Какие из перечисленных элементов входят в брендбук?**
    1. Логотип
    2. Цветовая палитра

3. Тональ голоса
4. Бюджет рекламной кампании
5. Шрифты

16. **Какие из перечисленных стратегий относятся к позиционированию бренда?**
    1. Позиционирование по цене
    2. Позиционирование через эмоции
    3. Позиционирование через конкурентов
    4. Позиционирование через функциональность
    5. Позиционирование через упаковку

17. **Какие из перечисленных методов используются для создания эмоционального вовлечения?**
    1. Использование юмора
    2. Трогательные истории
    3. Инфографика
    4. Аналитические исследования
    5. Баннерная реклама

18. **Какие из перечисленных элементов важны для успешного брендинга?**
    1. Уникальное торговое предложение (УТП)
    2. Единый визуальный стиль
    3. Большой бюджет
    4. Эмоциональная связь с аудиторией
    5. Использование только традиционной рекламы

19. **Какие из перечисленных каналов относятся к традиционному маркетингу?**
    1. Телевидение
    2. Радио
    3. Социальные сети
    4. Газеты
    5. Email-маркетинг

20. **Какие из перечисленных методов используются для измерения эффективности брендинга?**
    1. Отслеживание метрик вовлечённости
    2. Анализ узнаваемости бренда
    3. SWOT-анализ
    4. Мозговой штурм
    5. SCAMPER-метод

21. **Что такое "вирусный маркетинг"?**
    a) Распространение информации через аудиторию
    b) Увеличение продаж
    c) Создание рекламных роликов

d) Разработка упаковки
Ответ:

22. **Какую роль играет история бренда в ИМК?**
    a) Увеличивает доверие и лояльность потребителей
    b) Увеличивает прибыль
    c) Увеличивает количество сотрудников
    d) Улучшает качество продукта
    Ответ:
23. **Что такое "бренд-амбассадор"?**
    a) Лицо, представляющее бренд
    b) Рекламный ролик
    c) Отчёт о продажах
    d) План маркетинговой кампании
    Ответ:
24. **Какую роль играет социальная ответственность в брендинге?**
    a) Увеличивает доверие и лояльность потребителей
    b) Увеличивает прибыль
    c) Увеличивает количество сотрудников
    d) Улучшает качество продукта
    Ответ:
25. **Что такое "лояльность к бренду"?**
    a) Приверженность потребителей к бренду
    b) Увеличение прибыли
    c) Увеличение количества сотрудников
    d) Улучшение качества продукта
    Ответ:
26. **Какая стратегия подходит для новых брендов?**
    a) Агрессивное позиционирование
    b) Позиционирование через конкурентов
    c) Позиционирование по качеству
    d) Позиционирование через эмоции
    Ответ:
27. **Что такое "бренд-менеджмент"?**
    a) Управление образом и восприятием бренда
    b) Увеличение продаж
    c) Создание рекламных роликов
    d) Разработка упаковки
    Ответ:
28. **Какую роль играет упаковка в системе ИМК?**
    a) Увеличение стоимости продукта
    b) Передача ценностей бренда и усиление коммуникации
    c) Уменьшение затрат на производство
    d) Увеличение количества продаж
    Ответ:
29. **Что такое "ребрендинг"?**
    a) Изменение позиционирования бренда
    b) Увеличение продаж

c) Создание нового продукта

d) Разработка упаковки

Ответ:

30. **Какая стратегия подходит для массового рынка?**

a) Позиционирование по цене

b) Позиционирование по качеству

c) Позиционирование через эмоции

d) Позиционирование через функциональность

Ответ:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕХНОЛОГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел -1** Теоретические аспекты технологии брендинга	Реферат	1. Эволюция брендинга: от товарного знака к эмоциональной связи. 2. Основные концепции и модели брендинга. 3. Психологические основы брендинга: как бренды влияют на сознание потребителей. 4. Теория уникального торгового предложения (USP) и её применение. 5. Эмоциональный брендинг: создание связи через чувства. 6. Бренд-личность: как бренды становятся «человечными». 7. Архетипы брендов: универсальные образы в маркетинге. 8. Ценностный брендинг: как ценности бренда влияют на лояльность. 9. Культурный брендинг: адаптация к локальным рынкам. 10. Цифровой брендинг: новые вызовы и возможности. 11. Бренд-платформа: миссия, ценности, позиционирование. 12. Теория Lovemarks: бренды, которые вызывают любовь. 13. Брендинг через сторителлинг: сила историй. 14. Нейромаркетинг и брендинг: как мозг реагирует на бренды. 15. Брендинг и социальная ответственность: экологичность и этичность. 16. Брендинг в условиях глобализации: унификация vs. локализация. 17. Брендинг для поколений: различия между Gen Z, миллениалами и бумерами. 18. Брендинг в кризисных ситуациях: управление репутацией.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			19. Брендинг через опыт: создание уникального взаимодействия с потребителем. 20. Брендинг и визуальная идентичность: логотипы, цвета, шрифты. 21. Брендинг и звуковой дизайн: роль музыки и звуков. 22. Брендинг и упаковка: как дизайн влияет на восприятие. 23. Брендинг и нейминг: психология названий. 24. Брендинг и реклама: как реклама формирует образ бренда. 25. Брендинг и PR: управление общественным мнением. 26. Брендинг и социальные сети: новые каналы коммуникации. 27. Брендинг и виральный маркетинг: как бренды становятся популярными. 28. Брендинг и геймификация: игровые механики в маркетинге. 29. Брендинг и метавселенные: новые возможности для брендов. 30. Будущее брендинга: тренды и прогнозы.
2.	**Раздел -2** Маркетинговые исследования в брендинге	Реферат	1. Роль маркетинговых исследований в создании бренда. 2. Методы исследования целевой аудитории: качественные и количественные подходы. 3. Сегментация рынка: как найти свою аудиторию. 4. Анализ конкурентов: SWOT-анализ в брендинге. 5. Исследование восприятия бренда: как потребители видят ваш бренд. 6. Фокус-группы: как получить обратную связь от потребителей. 7. Опросы и анкетирование: инструменты для сбора данных. 8. Нейромаркетинг: как мозг реагирует на бренды. 9. Анализ Big Data в брендинге: как данные помогают принимать решения. 10. Исследование культурных особенностей: адаптация бренда к локальным рынкам. 11. Исследование эмоциональных реакций: как бренды вызывают чувства.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			12. Анализ медиапотребления: где искать свою аудиторию. 13. Исследование ценностей потребителей: что важно для вашей аудитории. 14. Анализ трендов: как предугадать будущее брендинга. 15. Исследование бренд-лояльности: как удержать потребителей. 16. Анализ бренд-активов: что делает бренд сильным. 17. Исследование восприятия упаковки: как дизайн влияет на продажи. 18. Анализ рекламных кампаний: что работает, а что нет. 19. Исследование социальных сетей: как бренды взаимодействуют с аудиторией. 20. Анализ вирального контента: почему люди делятся информацией. 21. Исследование бренд-амбассадоров: как лидеры мнений влияют на бренд. 22. Анализ бренд-экспериенса: как потребители взаимодействуют с брендом. 23. Исследование бренд-архетипов: какие образы resonate с аудиторией. 24. Анализ бренд-платформы: как миссия и ценности влияют на восприятие. 25. Исследование бренд-личности: какие черты привлекают потребителей. 26. Анализ бренд-сторителлинга: как истории влияют на лояльность. 27. Исследование бренд-эмоций: какие чувства вызывает бренд. 28. Анализ бренд-ценности: как бренд создает ценность для потребителя. 29. Исследование бренд-репутации: как управлять имиджем бренда. 30. Будущее маркетинговых исследований: технологии и тренды.
	Раздел -3 Подготовительная стадия брендинга	Реферат	1. Определение целей брендинга: что вы хотите достичь. 2. Анализ рынка: как понять, где ваш бренд будет конкурировать. 3. Исследование целевой аудитории: кто ваш идеальный потребитель. 4. Анализ конкурентов: кто ваши конкуренты и как выделиться. 5. Разработка миссии и видения бренда. 6. Определение ценностей бренда: что вы отстаиваете.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			7. Создание бренд-платформы: основа для всех коммуникаций. 8. Разработка позиционирования бренда: как вы хотите, чтобы вас воспринимали. 9. Создание бренд-личности: какие черты характера у вашего бренда. 10. Выбор архетипа бренда: какой образ resonates с аудиторией. 11. Разработка нейминга: как выбрать правильное название. 12. Создание логотипа: визуальная идентичность бренда. 13. Разработка цветовой палитры: как цвета влияют на восприятие. 14. Создание фирменного стиля: как сделать бренд узнаваемым. 15. Разработка слогана: как создать запоминающийся девиз. 16. Создание бренд-сторителлинга: как рассказать историю бренда. 17. Разработка упаковки: как дизайн влияет на продажи. 18. Создание звукового брендинга: роль музыки и звуков. 19. Разработка бренд-экспериенса: как создать уникальное взаимодействие. 20. Планирование рекламных кампаний: как донести сообщение до аудитории. 21. Разработка стратегии PR: как управлять репутацией бренда. 22. Создание контент-стратегии: как привлечь и удержать аудиторию. 23. Разработка стратегии для социальных сетей: как взаимодействовать с потребителями. 24. Планирование событийного маркетинга: как создать незабываемый опыт. 25. Разработка стратегии для digital-каналов: как использовать технологии. 26. Создание стратегии для вирального маркетинга: как стать популярным. 27. Разработка стратегии для геймификации: как вовлечь аудиторию. 28. Планирование бренд-амбассадорства: как работать с лидерами мнений. 29. Разработка стратегии для sustainability: как стать экологичным брендом.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			30. Подготовка к запуску бренда: как сделать успешный старт.
	Раздел -4 Марочный капитал	Реферат	1. Что такое марочный капитал и как его измерить. 2. Компоненты марочного капитала: узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество. 3. Как бренд создает ценность для потребителя. 4. Роль марочного капитала в увеличении прибыли. 5. Как марочный капитал влияет на рыночную стоимость компании. 6. Узнаваемость бренда: как сделать бренд узнаваемым. 7. Лояльность потребителей: как удержать клиентов. 8. Воспринимаемое качество: как создать образ премиальности. 9. Ассоциации бренда: как создать положительные ассоциации. 10. Как марочный капитал помогает в кризисных ситуациях. 11. Роль марочного капитала в глобальном брендинге. 12. Как марочный капитал влияет на ценовую политику. 13. Роль марочного капитала в привлечении инвестиций. 14. Как марочный капитал помогает в борьбе с конкурентами. 15. Роль марочного капитала в создании инноваций. 16. Как марочный капитал влияет на репутацию бренда. 17. Роль марочного капитала в создании эмоциональной связи с потребителем. 18. Как марочный капитал помогает в создании бренд-сообществ. 19. Роль марочного капитала в создании бренд-амбассадоров. 20. Как марочный капитал влияет на восприятие упаковки. 21. Роль марочного капитала в создании бренд-сторителлинга. 22. Как марочный капитал помогает в создании бренд-экспериенса. 23. Роль марочного капитала в создании бренд-архетипов.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			24. Как марочный капитал влияет на восприятие бренд-личности. 25. Роль марочного капитала в создании бренд-ценности. 26. Как марочный капитал помогает в создании бренд-репутации. 27. Роль марочного капитала в создании бренд-лояльности. 28. Как марочный капитал влияет на восприятие бренд-эмоций. 29. Роль марочного капитала в создании бренд-платформы. 30. Будущее марочного капитала: тренды и прогнозы.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 4)
Заочная форма обучения (Курс 3, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	*1-30*
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

1. Что означает термин «позиционирование бренда»?
a) Создание логотипа компании
b) Формирование уникального образа бренда в сознании потребителей
c) Оценка стоимости компании

2. Какие элементы входят в стратегию позиционирования бренда?

a) Уникальное торговое предложение (USP)
b) Целевая аудитория
c) Выбор места продажи товаров

3. Какие бывают основные стратегии позиционирования?
a) Основанные на характеристиках продукта
b) Основанные на выгодах для потребителей
c) Основанные на стоимости производства

4. В чем суть позиционирования на основе эмоциональных ценностей?
a) Акцент на чувства и эмоции, вызываемые брендом
b) Демонстрация технических характеристик продукта
c) Использование низкой цены как ключевого преимущества

5. Какой термин обозначает соответствие бренда ожиданиям целевой аудитории?
a) Бренд-дизайн
b) Бренд-адекватность
c) Бренд-релевантность

6. Какие ключевые факторы влияют на выбор стратегии позиционирования?
a) Анализ конкурентов
b) Потребности целевой аудитории
c) Количество сотрудников в компании

7. Чем отличается репозиционирование бренда от первоначального позиционирования?
a) Репозиционирование — это изменение уже сложившегося восприятия бренда
b) Репозиционирование проводят только при смене логотипа
c) Репозиционирование направлено на расширение ассортимента

8. Какие методы анализа используются для определения позиционирования бренда?
a) SWOT-анализ
b) PEST-анализ
c) Дегустация продукции

9. Какой инструмент позволяет визуально отобразить место бренда относительно конкурентов?
a) Матрица позиционирования
b) Финансовая отчетность
c) Логотип бренда

10. Какие бренды чаще всего используют стратегию премиального позиционирования?
a) Rolex, Bentley
b) McDonald's, IKEA
c) Xiaomi, Lenovo

11. Какой термин обозначает характеристику бренда, отличающую его от конкурентов?

a) Уникальное торговое предложение (USP)

b) Брендовый слоган

c) Визуальный стиль

12. В чем преимущество позиционирования на основе ценностей компании?

a) Бренд становится ближе к потребителям

b) Потребители готовы платить больше за продукцию

c) Позволяет полностью исключить конкуренцию

13. Что помогает бренду оставаться в сознании потребителей?

a) Конкурентная реклама

b) Последовательность в коммуникациях и визуальном стиле

c) Частая смена логотипа

14. Какие из перечисленных методов помогают определить восприятие бренда потребителями?

a) Опросы и интервью

b) Контент-анализ в социальных сетях

c) Анализ затрат на производство

15. Какие факторы помогают бренду успешно репозиционироваться?

a) Учет новых трендов и потребностей рынка

b) Разработка нового логотипа

c) Анализ конкурентных преимуществ

Открытые вопросы

16. Дайте определение позиционирования бренда.

17. В чем ключевое отличие позиционирования от брендинга?

18. Какие три основные стратегии позиционирования бренда существуют?

19. В чем преимущества позиционирования на основе конкурентных отличий?

20. Как репозиционирование помогает бренду в условиях изменяющегося рынка?

21. Какие инструменты можно использовать для анализа позиционирования конкурентов?

22. Почему важно учитывать целевую аудиторию при разработке стратегии позиционирования?

23. Какую роль играет нейминг в процессе позиционирования бренда?

24. Какие элементы визуальной идентичности помогают укрепить позиционирование бренда?

25. Как современные технологии (например, искусственный интеллект) могут повлиять на позиционирование брендов?

26. Какие ошибки в позиционировании могут привести к провалу бренда?

27. Почему некоторые бренды выбирают стратегию антипозиционирования?

28. Как социальные сети влияют на восприятие и позиционирование бренда?

29. В чем отличие эмоционального позиционирования от рационального?

30. Как измерить эффективность стратегии позиционирования бренда?

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИНФОРМАТИКА И ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	Устный опрос	1. Способы управления свойствами символов текста. 2. Способы управления свойствами абзацев. 3. Способы управления свойствами страницы. 4. Понятие раздела документа, его свойства. 5. Колонтитулы и способы их создания. 6. Списки и их виды. 7. Понятие «Стиль» и возможности этой функции текстового процессора. 8. Сноски, назначение и виды. 9. Назначение закладок. 10. Назначение и способы создания примечаний. 11. Способы ввода информации об авторе примечаний при их создании. 12. Назначение и способы создания перекрестных ссылок. 13. Таблицы и способы их создания в текстовом процессоре. 14. Понятие «поля» и способы их использования для выполнения вычислений в документе. 15. Назначение, виды и способы создания диаграмм в документе. 16. Способы создания формул в тексте документа. 17. Виды графических объектов, создаваемых средствами текстового процессора и способы управления их свойствами. 18. Понятие «стиля». Способы создания и изменения стиля. 19. Технология OLE. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. 20. Создание связанных и внедренных объектов в текстовом документе. 21. Списки и способы их создания и форматирования. 22. Понятие «полей» (инструкций) и правила их формирования. 23. Правила набора текста с учетом дальнейшего использования при подготовке публикаций.
2.	Раздел 2. Продвинутые методы обработки электрон-	Устный опрос	24. Освоение процедуры ввода данных в ячейки таблицы. 25. Использование средств, повышающих эффективность ввода данных.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
	ных таблиц		26. Изучение основных приемов редактирования таблиц. 27. Форматирование текстовых данных. 28. Форматирование числовых данных. 29. Создание условных форматов и примечаний. 30. Состав рабочей книги табличного процессора и особенности объектов, входящих в него. 31. Создание рабочей книги. Технология работы с листами. 32. Ввод и редактирование данных (ввод чисел, ввод текста, ввод одного значения сразу в несколько ячеек, редактирование содержимого ячейки). 33. Особенности различных форматов данных, используемых в таблицах. 34. Ряды автозаполнения как средство автоматизации ввода данных в таблицы. 35. Правила создания формул в табличном процессоре. 36. Запись формул и порядок выполнения операций при вычислениях, заданных ими. 37. Ссылка как операнд формулы. Виды ссылок и особенности их использования для вычислений. 38. Использование мастера функций для ввода формул. 39. Синтаксис и правила использования статистических функций. 40. Синтаксис и правила использования логических функций. 41. Типы диаграмм и графиков, способы их построения. 42. Назначение диаграмм различных типов. 43. Объекты диаграмм (ряды данных, надписи, линии сетки, легенда). 44. Методы оформления диаграмм различного типа. 45. Списки и требования к их содержанию и оформлению. 46. Сортировка данных и способы ее осуществления (одноуровневая, многоуровневая). 47. Фильтры и их виды. 48. Сущность сводных таблиц и способы их создания. 49. Консолидация данных и способы ее осуществления, методы консолидации. 50. Функции прогнозирования, их назначение и применение. 51. Назначение метода Подбор параметра. 52. Круг задач, решаемых методом Подбор параметра. 53. Назначение метода Поиск решения. 54. Особенности задач, решаемых с помощью метода Поиск решения. 55. Способы задания ограничений для задач поиска решения. 56. Создание элементов управления на рабочем листе (списки, флажки). 57. Финансовые функции, их назначение, синтаксис, аргументы финансовых функций.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			58. Правила создания формул с использованием финансовых функций в табличном процессоре. 59. Использование мастера функций для ввода формул. 60. Назначение, синтаксис и правила использования таблиц подстановки. 61. Использование одномерных и двумерных таблиц подстановки для анализа финансовых данных.
3.	Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	Устный опрос	62. Функциональные возможности программ подготовки презентаций. 63. Режимы работы программ подготовки презентаций. 64. Методика проектирования презентаций. 65. Факторы эффективности устных выступлений. 66. Ключевые цели национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 67. Основные задачи программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 68. Основные сквозные цифровые технологии программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 69. Технологии в области работы с данными: искусственный интеллект, туманные вычисления, квантовые технологии, суперкомпьютерные технологии, технологии идентификации, математическое моделирование, технологии блокчейна, нейронные сети, киберфизические системы (cps), 3d-технологии (печать) или «аддитивное производство», роботизация, технологии открытого производства, беспилотные технологии, биометрические технологии. 70. Назначение, классификация и состав информационных технологий защиты информации. 71. Сетевые модели «облачных» сервисов. 72. Infrastructure-as-a-Service (IaaS). 73. Software-as-a-Service (SaaS). Преимущества и риски, связанные с SaaS. Область применения SaaS. 74. Platform-as-a-Service (PaaS). 75. Облачные сервисы

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1-10
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	11-20
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	21-30
Всего		30

Тестовые задания
Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Основное назначение электронных таблиц:
   1. редактировать и форматировать текстовые документы
   2. хранить большие объемы информации
   3. выполнять расчет по формулам
   4. нет правильного ответа

   Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Какой символ нужно ввести перед последовательностью цифр, чтобы они интерпретировались как текст?
   1. двойная кавычка
   2. тире
   3. звездочка
   4. апостроф
   5. пробел

   Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Как записывается логическая команда в Excel?
   1. если (условие, действие1, действие 2)
   2. (если условие, действие1, действие 2)
   3. если (условие, действие1, действие 2)
   4. если условие, действие1, действие 2

   Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Что означает появление ####### при выполнении расчетов?
   1. ширина ячейки меньше длины полученного результата
   2. ошибка в формуле вычислений
   3. отсутствие результата

4. нет правильного ответа

Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Выражение *5(A2+C3):3(2B2-3D3)* в электронной таблице имеет вид:

1. *5(A2+C3)/3(2B2-3D3)*
2. *5*(A2+C3)/3*(2*B2-3*D3)*
3. *5*(A2+C3)/(3*(2*B2-3*D3))*
4. *5(A2+C3)/(3(2B2-3D3))*

Ответ _____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Как понимать сообщение # ЗНАЧ! при вычислении формулы?

1. формула использует несуществующее имя
2. формула ссылается на несуществующую ячейку
3. ошибка при вычислении функции
4. ошибка в числе

Ответ _____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Как можно задать округление числа в ячейке?

1. используя формат ячейки
2. используя функцию *ОКРУГЛ*()
3. оба предыдущее ответа правильные
4. нет правильного ответа

Ответ _____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Самой ценной составляющей любой информационной системы является

1. Хранящиеся в ней данные
2. Технологии обработки данных
3. Защита данных
4. Антивирусная защита

Ответ _____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Система электронного обучения это:

1. Комплекс взаимодействующих методов и средств сбора и обработки информации, необходимых для управления объектами с помощью электронно-вычислительных машин (ЭВМ) и других средств информационной техники.
2. Форма, при которой значительная часть выполняется с применением информационных технологий (локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.).
3. Решает вопросы создания и управления информационным содержимым в рамках образовательного процесса, создания целевых аудиторий и распространение по ним актуальной учебной информации, сбора и обработки результатов заданий, коллективной работы над заданиями.
4. Все вышеперечисленные варианты

Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
По способу получения учебной информации различают
    1. синхронные и асинхронные учебные системы
    2. технические и технологические учебные системы
    3. поисковые системы
    4. синхронные учебные системы

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

11. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
К основным программам для бизнеса относятся:
    1. ничего из представленного
    2. антивирусы
    3. операционная система
    4. прикладное ПО

Ответ _____

12. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Что из перечисленного не является операционной системой?
    1. Autocad
    2. Microsoft Windows
    3. Linux
    4. Adobe Photoshop

Ответ _____

13. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Удаленная работа предполагает доступ к следующим компонентам
    1. корпоративной почте с домашнего компьютера
    2. программам для управленческой деятельности
    3. офисной сети CRM
    4. внутреннему комплексу ERP

Ответ _____

14. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Система документооборота должна содержать:
    1. Развитые средства адаптации к административной структуре компании
    2. Планирование работы
    3. Порядок работы с документами
    4. Планирование мероприятий

Ответ _____

15. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Корпоративные порталы реализуются на базе:
    1. Microsoft Access
    2. Microsoft SharePoint Portal Server

3. Microsoft PowerPoint
4. IBM WebSphere Portal Server

Ответ _____

16. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Облачные сервисы – это

1. не только удобный инструмент для сохранения собственной информации, но еще и отличное средство управления ею
2. не только удобный инструмент для сохранения собственной информации
3. сервисы, работающие на облачных хранилищах
4. неудобное хранение информации

Ответ _____

17. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Недостатки дистанционного обучения:

1. отсутствие личного общения с преподавателем
2. необходимость использования специальной техники
3. сложности с аутентификацией пользователя при проверке знаний
4. возможность проходить тестирование в режиме прямого доступа

Ответ _____

18. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Электронная почта применяется на базе технологий:

1. Microsoft Access
2. Microsoft Exchange
3. IBM Lotus Domino
4. Microsoft SharePoint Portal Server

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Какие характерные функции выполняет база данных?

1. сбор информации из разных источников, включая лаборатории об оценке качества и статей независимых аналитиков
2. финансовое и производственное планирование
3. обновление информации, замена старых идентификационных данных на новые
4. структурирование, защита и хранение данных

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Назовите недостатки облачных технологий?

1. позволяет включать веб-камеры сотрудников, чтобы узнать, чем они занимаются в рабочее время
2. трудности в управлении и контролировании надомных работников
3. GPS-трекеры относятся не напрямую к офисным разработкам
4. возможность утечки коммерческой тайны вне зависимости от подписанных обязательств сотрудниками

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: ОПК-6

21. Прочитайте текст и установите последовательность

В работе информационной системы можно выделить следующие последовательные этапы:

1. Накопление и систематизация данных - организация такого их размещения, которое обеспечивало бы быстрый поиск и отбор нужных сведений, методическое обновление данных, защита их от искажений, потери, деформирование целостности и др.
2. Отображение данных - представление их в форме, пригодной для восприятия человеком.
3. Зарождение данных - формирование первичных сообщений, которые фиксируют результаты определенных операций, свойства объектов и субъектов управления, параметры процессов, содержание нормативных и юридических актов и т.п.
4. Обработка данных - процессы, в следствии которых на основании прежде накопленных данных формируются новые виды данных: обобщающие, аналитические, рекомендательные, прогнозные.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

22. Прочитайте текст и установите последовательность

Для создания онлайн-документа в текстовом редакторе Google–документы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Нажать на окно «Пустой файл» в верхнем левом углу или выбрать любой шаблон документа — например, «Резюме», «Письмо», «Брошюра».
2. Перейти на главную страницу «Google Документов».
3. Кликнуть кнопку «Создать» в левом верхнем углу и выбрать «Google Документы» — пустой файл или шаблон.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

23. Прочитайте текст и установите последовательность

Для выполнения процедуры поиска документа с использованием поисковой системы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Выбрать тип поиска (поиск по ключевым словам, по картинке и т.д.).
2. Ввести запрос в поисковую строку.
3. Выбрать поисковую систему.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

24. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между основными структурными элементами графической блок схемы алгоритма в первом столбце, и их описанием из второго столбца.

I	II
А) Действие	1. Символ отображает решение или функцию переключательного типа, имеющую один вход и ряд альтернативных выходов
Б) Вопрос (условие или	2. Символ отображает функцию обработки данных любого вида

решение)	
В) Цикл	3. Символ отображает данные, носитель данных не определён.
Г) Данные (ввод-вывод)	4. Символ, состоящий из двух частей, отображает начало и конец цикла.

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

25. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Microsoft Office Excel - это популярные электронные таблицы. обычно, программируя для этой программы, преследуют такие цели:(перечислите и обоснуйте)
Ответ _____

26. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
К базовым информационным процессам относятся следующие процедуры:
    1. поиск
    2. извлечение
    3. сбор
    4. анализ
    5. обработка
    6. хранение
    7. систематизация,
    8. передача
    9. кодирование
    10. шифрование
    11. интерпретация
    12. визуализация.

Ответ _____
Обоснование _____

27. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Дистанционное обучение – это …
    1. комплекс образовательных услуг, предоставляемых с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии
    2. целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению знаниями, умениями и навыками
    3. комплекс образовательных услуг
    4. форма организации процесса обучения, основным принципом которой является принцип свободы выбора

Ответ _____
Обоснование _____

28. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Современные _____ сочетают высокую точность и качество изображения двумерных и трехмерных (рельефных) географических, геодезических, геологических, метеорологических и прочих карт и огромную справочную информацию в электронном виде (бд).

1. геоинформационные системы
2. поисковики
3. информационные системы
4. антивирусы

Ответ _____

Обоснование _____

29. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Многозадачная операционная система - это …

1. графическая оболочка
2. операционная система, управляющая распределением ресурсов вычислительной системы между приложениями
3. неграфическая операционная система
4. система, содержащая множество программ

Ответ _____

Обоснование _____

30. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Информатика – это …

1. наука о информации
2. комплексная, техническая наука, которая систематизирует приемы создания, сохранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники, а также принципы функционирования этих средств и методы управления ними
3. теоретическая наука
4. практическая наука

Ответ _____

Обоснование _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы современных адаптивных информационных технологий	Защита реферата	1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование. 2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества. 3. Компьютеры и программное обеспечение: встроенные специальные возможности. 4. Мобильные телефоны: встроенные специальные возможности. 5. Слуховые аппараты: виды и характеристики. 6. Программы чтения с экрана. 7. Адаптивные клавиатуры. 8. HTML-доступ, книги DAISY. 9. Информационная система цифрового доступа. 10. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. 11. Современные экономические условия информатизации российского общества. 12. Современные социальные условия информатизации российского общества. 13. Современные культурные условия информатизации российского общества. 14. Роль библиотек в построении образования информационного общества. 15. Программные технологии Интернет-телефонии. 16. Аппаратные технологии Интернет-телефонии. 17. Средства адаптации для работы с текстовыми документами. 18. Средства адаптации для работы с табличными документами. 19. Средства адаптации для подготовки презентаций. 20. Адаптированные документ-камеры. Сканирование документов. 21. Основные принципы использования информационных технологий в экономике. 22. Использование средств информационных технологий для личного экономического и финансового планирования. 23. Применение средств информационных технологий для

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			управления личными финансами (личным бюджетом.
2.	Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	Защита реферата	24. Перспективы развития адаптивных информационных технологий. 25. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис. 26. Технологии виртуальной реальности в адаптивных задачах. 27. Технологии дополненной реальности в адаптивных задачах. 28. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий. 29. Технологии распознавания текста и обработки файлов. 30. Системы управления контентом. 31. Обзор практик организации дистанционного обучения. 32. Структура и инструментарий учебного курса в ЭИОС РГСУ. 33. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет. 34. Технические средства телекоммуникационных технологий. 35. Программные средства телекоммуникационных технологий. 36. Почтовые клиенты: обзор. 37. Технологии работы с электронной почтой. 38. Рассылка документов средствами офисных программ. 39. Системы электронного документооборота. 40. Назначение и сущность технологии телеконференций. 41. Вебинары. Системы обеспечения и проведения вебинаров. 42. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line. 43. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	*1-10*
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	*11-27*
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	*28-37*
Всего		37

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Результатом процесса информатизации является создание:
   1. информационного общества;
   2. компьютерного общества;
   3. индустриального общества

   Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Тьютор – это:
   1. педагог, на первых этапах обучения, выступает в роли проводника ребенка в образовательное пространство школы;
   2. координатор деятельности психолого-медико-педагогической комиссии;
   3. помощник руководителя образовательного учреждения;
   4. воспитатель в детском образовательном учреждении

   Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Когда появились первые программы, позволяющие незрячему пользователю самостоятельно работать на компьютере?
   1. пятидесятые годы прошлого века;
   2. восьмидесятые годы прошлого века;
   3. двухтысячные годы;
   4. 2009-2011 годы

   Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Назвать требования к адаптивному тесту
   1. сложность последующих заданий повышается;
   2. имеются дополнительные вопросы по темам;

3. сложность заданий меняется в зависимости от правильности ответов испытуемого;
4. включение простых понятных заданий

Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Как называется страница презентации
   1. окно;
   2. слайд;
   3. кадр;
   4. сцена

Ответ _____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Коммуникативные технологии общения и доступа к информации глухих и слепоглухих людей включают в себя:
   1. русский жестовый язык и русскую дактильную азбуку;
   2. калькирующую жестовую речь;
   3. сурдоперевод и тифлосурдоперевод;
   4. все ответы верны

Ответ _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите средства современных адаптивных информационных технологий
   1. сурдотехнические средства. Использование слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры;
   2. различные канцелярские принадлежности;
   3. специализированные устройства для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата;
   4. оборудование для офиса;
   5. тифлотехнические средства.

Ответ _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите программы экранного доступа, которые дают возможность незрячему пользователю работать с любыми прикладными программами наравне со зрячими
   1. SoftMarker Office;
   2. Cobra;
   3. МойОфис;
   4. Jaws for Windows;
   5. Window eyes;
   6. Microsoft Office

Ответ _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в инклюзивном образовании

1. поддерживают включение в образование детей с ограниченными возможностями;
2. используются только для игр;
3. позволяют преодолевать некоторые барьеры, вызывающие исключение детей с ограниченными возможностями;
4. ИКТ дополняют другие методы и инструменты очного обучения

Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Информационная культура человека на современном этапе в основном определяется:
    1. совокупностью его умений программировать на языках высокого уровня;
    2. его знаниями основных понятий информатики;
    3. совокупностью его навыков использования прикладного программного обеспечения для создания необходимых документов;
    4. качеством знаний основ компьютерной грамотности;
    5. уровнем понимания закономерностей информационных процессов в природе и обществе;
    6. совокупностью технических навыков взаимодействия с компьютером;
    7. способностью эффективно и своевременно использовать средства информационных и коммуникационных технологий при решении задач практической деятельности;
    8. умение адекватно формулировать свою потребность в информации;
    9. эффективно осуществлять поиск нужной информации во всей совокупности информационных ресурсов;
    10. его знаниями основных видов программного обеспечения и пользовательских характеристик компьютера
    11. перерабатывать информацию и создавать качественно новую.

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

11. Прочитайте текст и установите последовательность
Как включить программу чтения с экрана:
    1. В меню "Инструменты" выберите «Настройки специальных возможностей».
    2. Чтобы закрыть диалоговое окно, нажмите клавишу Ввод.
    3. С помощью клавиши Tab перейдите к флажку «Включить программу чтения с экрана» и установите его.
    4. Откройте меню "Инструменты".

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

12. Прочитайте текст и установите соответствие
Существует несколько основных форм ИКТ, используемых в инклюзивном образовании. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	II
А) устройства, направленные на усиление, поддержку или улучшение функцио-	1. доступные

нальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья): клавиатуры со специальными возможностями, слуховые аппараты, устройства для чтения с экрана;	
Б) видеоматериалы с субтитрами и система доступной цифровой информации	2. стандартные технологии
В) в них входят: веб-браузеры, компьютеры, текстопроцессоры, мобильные телефоны со встроенными функциями настройки для лиц с ОПФР	3. вспомогательные технологии

Таблица для заполнения

А	Б	В

13. Прочитайте текст и установите соответствие
    К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	II
А) библиотека для всех практических целей, но библиотека без стен — или физических книг	1) электронная библиотека
Б) информационная система, включающая упорядоченную коллекцию разнородных электронных документов, снабжённая средствами навигации и поиска	2) цифровая библиотека
В) фонд книг, учебных и методических пособий, видеофильмов, звукозаписей, компьютерных	3) виртуальная библиотека
Г) библиотека цифровых ресурсов. Точнее цифровой сервис для хранения и выдачи упорядоченных цифровых ресурсов	4) медиатека

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
    Дистанционные образовательные технологии – это…?
    Ответ _____

15. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
    Информационно-поисковая система – это…?
    Ответ _____

16. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
    Использование адаптивных ИКТ – это…?
    Ответ _____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
    России первый экспериментальный опыт совместного обучения детей и нарушенным развитием появляется в:
    1. 60-ые г.г. XX в.;
    2. 90-ые г.г. XX в.;
    3. 70-ые г.г. XX в.

Ответ _____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К специальным образовательным условиям для всех категорий детей с ОВЗ и инвалидностью относится:
    1. создание в образовательных учреждениях безбарьерной среды;
    2. материально-техническое (включая архитектурное) обеспечение, кадровое, информационное, программно-методическое обеспечение образовательного и воспитательного процесса, психолого-педагогическое сопровождение детей с ОВЗ и инвалидностью;
    3. индивидуальный образовательный маршрут ребенка с ОВЗ и инвалидностью;
    4. пандусы, специальные лифты, специально-оборудованные учебные места, специализированное учебное, реабилитационное, медицинское оборудование

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К какой категории детей, в соответствии с законодательством РФ, относятся дети, для обучения которых необходимо создавать специальные условия
    1. дети с отклонениями в развитии;
    2. аномальные дети;
    3. дети с ограниченными возможностями здоровья;
    4. дети с особенностями

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К методам педагогического изучения детей с ОВЗ и инвалидностью не относится:
    1. энцефалография;
    2. анализ работ;
    3. беседа;
    4. педагогическое наблюдение

Ответ _____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Отношения педагога и ученика с ОВЗ и инвалидностью должны строиться:
    1. с учетом возрастных особенностей;
    2. на принципе оберегания;
    3. на основе сотрудничества и эмпатии

Ответ _____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К ключевым компетенциям выпускника с ОВЗ и инвалидностью не относятся:
    1. коммуникация
    2. умения проводить операции с числами
    3. навыки работы в команде

4. уступчивость

Ответ _____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Совместное обучение и воспитание детей, имеющих ОВЗ, с их нормально развивающимися сверстниками подразумевает:

1. инклюзия;
2. интеракция;
3. индивидуализация

Ответ _____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Инклюзия, то есть «включённое образование», предусматривающее включение ребёнка с ОВЗ в одну образовательную среду с нормально развивающимися сверстниками - это:

1. групповая интеграция;
2. образовательная интеграция;
3. коммуникация

Ответ _____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Социальная интеграция должна быть обеспечена

1. всем без исключения детям с нарушениями в развитии;
2. только детям с нарушениями развития в младшем школьном возрасте;
3. детям, обучающимся только в специальных учреждениях

Ответ _____

26. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Содержание обучения – это…?

Ответ _____

27. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Адаптивные информационные технологии – это…?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: ОПК-6

28. Прочитайте текст и установите последовательность

В работе информационной системы можно выделить следующие последовательные этапы:

1. Накопление и систематизация данных - организация такого их размещения, которое обеспечивало бы быстрый поиск и отбор нужных сведений, методическое обновление данных, защита их от искажений, потери, деформирование целостности и др.
2. Отображение данных - представление их в форме, пригодной для восприятия человеком.

3. Зарождение данных - формирование первичных сообщений, которые фиксируют результаты определенных операций, свойства объектов и субъектов управления, параметры процессов, содержание нормативных и юридических актов и т.п.
4. Обработка данных - процессы, в следствии которых на основании прежде накопленных данных формируются новые виды данных: обобщающие, аналитические, рекомендательные, прогнозные.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

29. Прочитайте текст и установите последовательность

Для создания онлайн-документа в текстовом редакторе Google–документы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Нажать на окно «Пустой файл» в верхнем левом углу или выбрать любой шаблон документа — например, «Резюме», «Письмо», «Брошюра».
2. Перейти на главную страницу «Google Документов».
3. Кликнуть кнопку «Создать» в левом верхнем углу и выбрать «Google Документы» — пустой файл или шаблон.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

30. Прочитайте текст и установите последовательность

Для выполнения процедуры поиска документа с использованием поисковой системы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Выбрать тип поиска (поиск по ключевым словам, по картинке и т.д.).
2. Ввести запрос в поисковую строку.
3. Выбрать поисковую систему.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

31. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между основными структурными элементами графической блок схемы алгоритма в первом столбце, и их описанием из второго столбца.

I	II
А) Действие	1. Символ отображает решение или функцию переключательного типа, имеющую один вход и ряд альтернативных выходов
Б) Вопрос (условие или решение)	2. Символ отображает функцию обработки данных любого вида
В) Цикл	3. Символ отображает данные, носитель данных не определён.
Г) Данные (ввод-вывод)	4. Символ, состоящий из двух частей, отображает начало и конец цикла.

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

32. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Microsoft Office Excel - это популярные электронные таблицы. обычно, программируя для этой программы, преследуют такие цели:(перечислите и обоснуйте)

Ответ _____

33. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

К базовым информационным процессам относятся следующие процедуры:

1. поиск
2. извлечение
3. сбор
4. анализ
5. обработка
6. хранение
7. систематизация,
8. передача
9. кодирование
10. шифрование
11. интерпретация
12. визуализация.

Ответ _____

Обоснование _____

34. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Дистанционное обучение – это …

1. комплекс образовательных услуг, предоставляемых с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии
2. целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению знаниями, умениями и навыками
3. комплекс образовательных услуг
4. форма организации процесса обучения, основным принципом которой является принцип свободы выбора

Ответ _____

Обоснование _____

35. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Современные _____ сочетают высокую точность и качество изображения двумерных и трехмерных (рельефных) географических, геодезических, геологических, метеорологических и прочих карт и огромную справочную информацию в электронном виде (бд).

1. геоинформационные системы
2. поисковики
3. информационные системы
4. антивирусы

Ответ _____

Обоснование _____

36. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Многозадачная операционная система - это …

1. графическая оболочка
2. операционная система, управляющая распределением ресурсов вычислительной системы между приложениями
3. неграфическая операционная система
4. система, содержащая множество программ

Ответ _____

Обоснование _____

37. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Информатика – это …

1. наука о информации
2. комплексная, техническая наука, которая систематизирует приемы создания, сохранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники, а также принципы функционирования этих средств и методы управления ними
3. теоретическая наука
4. практическая наука

Ответ _____

Обоснование _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ ВОЕННОЙ ПОДГОТОВКИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. Военно-политическая подготовка

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Современная военно-политическая ситуация в мире.
2. Россия в многополярном мире.
3. Объективные причины проведения специальной военной операции России на Украине.
4. Шесть волн расширения НАТО на Восток.
5. Санкционная политика Запада в отношении России.
6. Национальные интересы Российской Федерации и стратегические национальные приоритеты.
7. Оборона страны – национальный стратегический приоритет России.
8. Основные направления социально-экономического развития РФ.
9. Основные направления политического развития РФ.
10. Основные направления военно-технического развития РФ.
11. Какие цели в области обороны страны поставлены в Стратегии национальной безопасности для защиты национальных интересов Российской Федерации?
12. Каким путем в рамках реализации военной политики стратегического сдерживания достигаются цели обороны страны?
13. Решению каких задач в рамках достижения целей обороны в Стратегии уделяется особое внимание?
14. Какие традиционные ценности в рамках защиты реализуемых национальных приоритетов определены Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809?
15. Назовите основные направления обеспечения экономической безопасности, определенные Стратегией национальной безопасности Российской Федерации?
16. Система военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
17. Цели и задачи военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
18. Силы и средства военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
19. Принципы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
20. Формы и методы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

21. Функции военно-политических органов в Вооруженных Силах Российской Федерации.

22. Вопросы военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации.

23. Защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти один из ключевых национальных приоритетов, реализуемых в соответствии с Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809.

24. Вопросы противодействия информационно-психологическому воздействию противника.

25. Силы и средства информационно-психологических операций, проводимых противником.

Раздел 2. Правовая подготовка

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Понятие, правовые основы и структура Военной доктрины Российской Федерации?
2. Основные понятия и термины Военной доктрины Российской Федерации?
3. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации?
4. Военная политика Российской Федерации?
5. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов?
6. Применение Вооруженных Сил, других войск и органов для отражения агрессии?
7. Применение Российской Федерацией высокоточного и ядерного оружия?
8. Государственная политика Российской Федерации в области ядерного сдерживания?
9. Условия, определяющие возможность применения Россией ядерного оружия?
10. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время.
11. Структура военного законодательства Российской Федерации?
12. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы.
13. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы».
14. Понятие и содержание воинской обязанности?
15. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту.
16. Исполнение обязанностей военной службы.
17. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?
18. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации.
19. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания.
20. Обязанности граждан по воинскому учету.

Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Что такое внутренний порядок?

2. Чем достигается внутренний порядок?

3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав?

4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте?

5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте?

6. Перечислите обязанности дневального по роте.

7. Что запрещается очередному дневальному?

8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда?

9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку?

10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?

11. Размещение военнослужащих.

12. Распределение времени и внутренний порядок.

13. Суточный наряд роты, его предназначение, состав.

14. Дневальный, дежурный по роте.

15. Развод суточного наряда.

16. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.

17. Что называется караулом, его состав, назначение и виды?

18. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего?

19. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы?

20. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам?

21. Назовите обязанности часового.

22. Что запрещается часовому?

23. Назовите обязанности разводящего.

24. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу?

25. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле

26. Подготовка караулов.

27. Организация и несение караульной службы.

28. Внутренний порядок в караулах.

29. Охрана караулом объектов с применением технических средств охраны.

30. Участие войск гарнизона в обеспечении режима чрезвычайного положения и в предупреждении и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Раздел 4. Строевая подготовка

Форма рубежного контроля – проверка демонстрации навыка подачи и выполнения строевых команд, устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Что такое строй?
2. Чем такое шеренга и линия машин?
3. Что такое фронт и тыльная сторона строя?
4. Что такое фланг, интервал и дистанция

5. Что такое ряд, ширина строя и глубина строя?
6. Какими могут быть одношереножный и двухшереножный строи?
7. Что такое колонна, какой военнослужащий называется направляющим и замыкающим?
8. Что такое развернутый и походный строй?
9. Обязанности военнослужащих перед построением и в строю?
10. Как осуществляется управление строем?

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Выполнение и подача команд и управление подразделением, на месте и в движении:

1. «Отделение - СТАНОВИСЬ».
2. «Отделение - РАВНЯЙСЬ».
3. «Отделение -СМИРНО».
4. «Отделение - ВОЛЬНО», «ЗАПРАВИТЬСЯ», «РАЗОЙДИСЬ».
5. «Отделение - нале-ВО», «Отделение напра-ВО».
6. «Отделение - кру-ГОМ».
7. «Отделение - строевым шагом - МАРШ».
8. «Отделение - правое плечо вперед - МАРШ».
9. «Отделение - левое плечо вперед - МАРШ».
10. «Отделение - кругом – МАРШ».

Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Форма рубежного контроля – демонстрации навыка выполнения учебных стрельб и практических действий с оружием, устный опрос.

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Знание терминов боевых (тактических) характеристик стрелкового оружия и боеприпасов.
2. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств пистолета Макарова (ПМ).
3. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств снайперской винтовки Драгунова (СВД).
4. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств гранатомета РПГ-7В и ручных осколочных гранат.
5. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств автомата АК-74.
6. Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием;
7. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.
8. Требования безопасности при неполной разборке и сборке АК-74.
9. Назначение и составные части АК-74.
10. Порядок сборки разборки АК-74.

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Продемонстрируйте навыки выполнения команд:

1. «Автоматчику Петрову (Петровой) - огневая позиция у отдельного куста (там-то) - к бою – Вперед».

2. В составе отделения: «Очередная смена на огневой рубеж - к бою – Вперед», «Огонь».

3. «Приготовиться к атаке», «В атаку - вперед».

4. «Прекратить огонь, разряжай» (при выполнении упражнения в движении – «Стой, прекратить огонь, разряжай», «Оружие к осмотру».

5. Выполнение упражнения контрольных стрельб в соответствии курсом стрельб из стрелкового оружия.

Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Сущность и содержание общевойскового боя.
2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою.
3. Способы ведения общевойскового боя.
4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений.
5. Боевой порядок мотострелкового взвода.
6. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений.
7. Назначение, классификация инженерных боеприпасов и их характеристики.
8. Назначение, классификация инженерных заграждений и их характеристики.
9. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, их маскировка.
10. Полевые фортификационные сооружения: укрытия, убежища.
11. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.
12. Порядок оборудования одиночного стрелкового окопа, его элементы и размеры.
13. Приемы выполнения работ при оборудовании окопа для стрельбы лежа и последовательность его расширения для стрельбы с колена и стоя.
14. Современные виды связи, применяемые в Вооруженных силах Российской Федерации.
15. Приемы и методы обеспечения устойчивой, бесперебойной связи в подразделениях тактического звена.
16. Дайте определение понятию «Вооруженные силы Российской Федерации»?
17. Кто, в соответствии с Конституцией осуществляет руководство, а кто управление Вооруженными Силами Российской Федерации?
18. Разъясните предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации и назовите основные решаемые ими задачи в мирное время, в период непосредственной угрозы военного нападения на РФ и в военное время?
19. Дайте определение понятию «Вид вооруженных сил» и «Род войск вооруженных сил». Назовите Виды ВС РФ и Рода войск ВСРФ.
20. Раскройте предназначение и общую структуру Сухопутных войск, Военно-Морского флота, Воздушно-космических сил, Ракетных войск стратегического назначения, Воздушно-десантных войск.
21. Назовите образцы вооружения Сухопутных войск и сообщите основные тактико-технические характеристики: автомата Калашникова АК-74, БМП-3, БТР-80, Танка Т-90, Реактивной системы залпового огня БМ-21 «Град».

22. Назовите образцы вооружения Военно-морского флота ВС РФ и сообщите основные тактико-технические характеристики: Тяжелого авианесущего крейсера «Адмирал Флота Советского Союза Кузнецов».

23. Назовите образцы вооружений Воздушно-космических сил и сообщите основные тактико-технические характеристики боевого самолета МИГ-31.

24. Назовите ракетные комплексы стратегического назначения, состоящие на вооружении Ракетных войск стратегического назначения ВС РФ.

25. Назовите тактико-технические характеристики БМД-3.

26. Типовая организационная структура мотопехотного батальона армии США и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП М2 «Брэдли»

27. Танковый батальон армии США, его типовая организационная структура и основное вооружение. Основные тактико-технические характеристики танка М1 «Абрамс»

28. Мотопехотный батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП «Мардер» и БТР «Фукс».

29. Танковый батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики танка «Леопард-2».

30. Назовите преимущества в тактико-технических характеристиках танка Т-90 в сравнении с танком М1 «Абрамс» и «Леопард-2».

Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Форма рубежного контроля – демонстрация навыков использования средств индивидуальной защиты, устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Ядерное оружие. Средства его применения.
2. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.
3. Химическое оружие. Средства его применения.
4. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека.
5. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности.
6. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения.
7. Зажигательное оружие. Средства его применения.
8. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Продемонстрируйте навыки:

1. Проведения проверки и подгонки индивидуальных средств защиты.
2. Проведения специальной обработки: дегазация.
3. Проведения специальной обработки: дезактивация.

4. Проведения специальной обработки: дезинфекция.
5. Проведения специальной обработки: санитарная обработка.
6. Проведения частичной специальной обработки.
7. Проведения полной специальной обработки.
8. Использования индивидуального противохимического пакета (ИПП-11).
9. Применения войскового прибора химической разведки (ВПХР).
10. Пользования индивидуальным дозиметром.

Раздел 8. Военная топография

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Какую информацию содержат пояснительные подписи на карте?
2. Как изображается рельеф на топографических картах?
3. Какие цвета используются для изображения объектов на топографических картах?
4. Как оформляется лист карты?
5. Способы измерения расстояний по карте.
6. Способы оценки площадей объектов по карте.
7. Как определяют расстояние глазомерно? Какие факторы оказывают влияние на точность глазомерного определения расстояния?
8. Способ измерения расстояния шагами.
9. Как определяется расстояние по времени и скорости движения (по соотношению скоростей звука и света)?
10. Как определяется расстояние на слух?
11. Дать определение ориентирования на местности.
12. Определение сторон горизонта различными способами.
13. Что значит ориентировать карту? Какими способами может быть выполнено ориентирование карты?
14. Как ориентируют карту по компасу (по Полярной звезде)?

Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
2. Общие правила оказания первой помощи.
3. Алгоритм оказания первой помощи.
4. Сущность оказания первой помощи.
5. Порядок проведения сердечно-легочной реанимации.
6. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
7. Правила оказания первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.

8. Дополнительные мероприятия по оказанию первой помощи, которые проводятся военнослужащими и медицинскими специалистами, прошедшими подготовку по программам подготовки по оказанию первой помощи, утвержденным Министерством обороны Российской Федерации, ФОИВ и (органами), уполномоченными в области управления другими войсками, воинскими формированиями.

9. Первая помощь при ранениях. Особенности проведении мероприятий по оказанию первой помощи раненому на поле боя.

10. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.

11. Комплектация аптечек и медицинских комплектов.

12. Тактическая аптечка.

13. Способы эвакуация раненых с поля боя в тыл.

14. Особенности эвакуации раненых военнослужащих в укрытие.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс1, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
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	1-40
Всего:		40

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции УК-8:

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

   В состав суточного наряде по роте входят:
   1. Дежурный по роте и дневальные по роте.
   2. Дежурный по роте и дневальные по парку.
   3. Дежурный по роте и дежурный сигналист.

   Ответ: _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

   Суточный наряд по роте вооружается:

1. Пистолетами.
2. Автоматами.
3. Штык-ножами.

Ответ: _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Полное наименование воинской части содержится:

1. На знамени.
2. В приказе Минобороны.
3. В грамоте Президента.

Ответ: _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

При рукопожатии первыми подают руку:

1. Старшие.
2. Младшие.
3. Можно одновременно.

Ответ: _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

ВС РФ территориально состоят из:

1. Трёх военных округов.
2. Пяти военных округов.
3. Четырёх военных округов и объединенного стратегического командования (ОСК) «Северный флот».

Ответ: _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Среди указанных офицеров старшим по званию является:

1. Майор.
2. Капитан 1-го ранга.
3. Подполковник.

Ответ: _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основным методом воспитания в ВС РФ является:

1. Приказ.
2. Поощрение.
3. Убеждение.

Ответ: _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Приказ – это:

1. Распоряжение.
2. Разъяснение.
3. Указание.

Ответ: _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Часовой – это:

1. Вооруженный дневальный.
2. Вооруженный караульный.
3. Вооруженный начальник.

Ответ: _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

На кораблях внутренняя служба и обязанности должностных лиц определяются:

1. Военно-морским уставом Военно-Морского Флота.
2. Корабельным уставом Военно-Морского Флота.
3. Флотским уставом Военно-Морского Флота.

Ответ: _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Строй – это:

1. Установленное Уставом размещение военнослужащих, подразделений и воинских частей для их совместных действий в пешем порядке и на машинах.
2. Установленное Строевым уставом (далее – Устав) размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий как в пешем порядке, так и на машинах.
3. Установленное Строевым уставом (далее – Устав) размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий.

Ответ: _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Фланг – это:

1. Правая (левая) оконечность строя.
2. Правая (левая) оконечность строя, названия флангов не изменяются.

3. Правая (левая) оконечность строя. При поворотах строя названия флангов не изменяются.

Ответ: _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Фронт – это:

1. Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом (машины - лобовой частью).
2. Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.
3. Сторона строя, в которую машины обращены лобовой частью.

Ответ: _____

Обоснование: _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Тыльная сторона строя – это:

1. Сторона, противоположная флангу.
2. Сторона, продольная фронту.
3. Сторона, противоположная фронту.

Ответ: _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Интервал – это:

1. Расстояние в глубину между военнослужащими, подразделениями и частями.
2. Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и воинскими частями.
3. Расстояние по флангу между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Ответ: _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Дистанция – это:

1. Расстояние в ширину между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.
2. Расстояние в глубину между военнослужащими (машинами), подразделениями и воинскими частями.
3. Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Ответ: _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Ширина строя – это:

1. Расстояние между строями.
2. Расстояние между фронтами.
3. Расстояние между флангами.

Ответ: _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Глубина строя – это:

1. Расстояние от последней шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до первой шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин (впереди стоящей машины) до последней линии машин (позади стоящей машины).
2. Расстояние от первой шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до второй шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин до второй линии машин.
3. Расстояние от первой шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до последней шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин (впереди стоящей машины) до последней линии машин (позади стоящей машины).

Ответ: _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Походный строй – это:

1. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных Уставом.
2. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных Уставом или командиром.
3. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных командиром.

Ответ: _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Колонна – это:

1. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на интервалах, установленных Уставом или командиром.

2. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на дистанциях, установленных Уставом или командиром.
3. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на дистанциях, установленных Уставом.

Ответ: _____

Обоснование: _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Дайте определение понятию «Вооруженные Силы Российской Федерации»:

1. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре военного строительства государства, общественная вооруженная организация, составляющая основу обороны РФ.
2. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре государственного строительства, большая социальная группа вооруженных людей, составляющая основу обороны РФ.
3. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре военной организации государства, ядро вооруженной организации государства, составляющий основу обороны РФ.

Ответ: _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Кто, в военное время, осуществляет руководство Вооруженными Силами Российской Федерации (ВС РФ) и на кого возлагается управление ВС РФ:

1. Руководство осуществляет Министр Обороны Российской Федерации, Управление – Начальник Генерального штаба ВС РФ.
2. Руководство осуществляет Президент РФ - Верховный Главнокомандующий ВС РФ, Управление – Министр обороны РФ через Министерство Обороны и Генеральный штаб ВС РФ, который является основным органом оперативного управления ВС РФ.
3. Руководство осуществляет Начальник Генерального штаба ВС РФ, Управление – Президент РФ - Верховный Главнокомандующий ВС РФ.

Ответ: _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В настоящее время Вооруженные Силы Российской Федерации структурно состоят из:

1. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Воздушно - космические силы (ВКС); Военно-морской флот (ВМФ), двух родов войск Вооруженных Сил: Ракетные войска

стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ) и войск, не входящих в виды и рода войск ВС РФ.

2. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Военно-воздушные силы (ВВС); Военно-морской флот (ВМФ) и двух родов войск ВС: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ).
3. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Военно-космические силы (ВКС); Военно-морские силы (ВМС) и трех родов войск ВС: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ); Специальные войска.

Ответ: _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основными подразделениями танкового батальона ВС РФ являются:

1. Руководство батальона, мотострелковые роты, взвод наблюдения, взвод обеспечения, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.
2. Управление батальона, танковые роты, взвод связи, взвод обеспечения, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.
3. Управление батальона, танковые роты, взвод связи, взвод оповещения о воздушном нападении, взвод геологоразведки, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.

Ответ: _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основным предназначением танков, состоящих на вооружении Сухопутных войск ВС РФ является:

1. Транспортировка личного состава подразделений, их огневой поддержки, уничтожения открыто расположенной и укрытой живой силы, противотанковых средств, танков, легкобронированной техники, а также малоскоростных воздушных целей противника.
2. Ведение боевых действий в непосредственном соприкосновении с противником, поддержка мотострелковых подразделений при прорыве обороны и развитии тактического успеха в оперативной глубине, уничтожения живой силы, бронеобъектов огневых средств и малоскоростных воздушных целей, а также повышение активности и устойчивости обороны.
3. Поражение самолетов, крылатых ракет, вертолетов и других аэродинамических объектов во всем диапазоне их практического применения в условиях интенсивного радиопротиводействия, а также для борьбы с тактическими баллистическими ракетами типа «Ланс», и другими элементами высокоточного оружия воздушного и наземного базирования, поражения надводных и наземных радиолокационных целей.

Ответ: _____

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

На вооружении мотопехотного батальона армии Германии имеется:

1. Танки «Леопард-1А5», «Леопард -2», М-1 «Абрамс» 7,62-мм пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3.
2. Боевая машина пехоты (БМП) М2 «Брэдли», 5,56-мм автоматическая винтовка М16А1 (М16А2), ПТУР «Тоу», ПТУР «Джавелин», ПТУР «Дракон».
3. БМП «Мардер-1А3», БТР «Фукс», ПТУР «Милан-2», 7,62-мм пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3.

Ответ: _____

27. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

… – основная форма боевых действий, представляющая собой согласованные по цели, месту и времени удары, огонь и маневр соединений, воинских частей и подразделений в целях уничтожения (разгрома) противника, отражения его ударов и выполнения других задач в ограниченном районе в течение короткого времени.

Ответ: _____

Обоснование: _____

28. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

… – организованное передвижение (перемещение) подразделений на новое направление (рубеж, район) в целях занятия выгодного положения, вывода войск из-под ударов противника, а также перенос, сосредоточение усилий и огня оружием или распределение огня в целях наиболее эффективного поражения целей и объектов противника.

Ответ: _____

Обоснование: _____

29. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Укажите правильно основные усилия инженерного обеспечения в обороне:

1. Основные усилия инженерного обеспечения могут быть направлены на повышение устойчивости и активности обороны, увеличение возможности противостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам мелких группировок танков и мотопехоты противника.
2. Основные усилия инженерного обеспечения должны быть направлены на повышение устойчивости и активности обороны, увеличение возможности противостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам крупных группировок танков и мотопехоты противника.
3. Основные усилия инженерного обеспечения должны быть направлены на увеличение устойчивости и активности обороны, повышение возможности

противостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам средних группировок танков и мотопехоты противника.

Ответ: _____

30. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Выберите правильное определение траншеи:

1. Траншея – закрытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника и местности.
2. Траншея – закрытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника.
3. Траншея – открытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника.

Ответ: _____

31. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какими способами не ориентируются на местности?

1. По карте и по небесным светилам.
2. По компасу, часам и по местным признакам (предметам).
3. По ветру и течению реки.

Ответ: _____

32. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Сущность ориентирования составляют?

1. Опознавание местности, на которой находишься, по известным ее признакам и ориентирам.
2. Определение местоположения (своего, наблюдаемых целей и других интересующих нас объектов).
3. Отыскание и определение направлений на местности.

Ответ: _____

33. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Площадные ориентиры:

1. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии электропередачи, узкие лощины и т. п.
2. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.
3. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.

Ответ: _____

34. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Линейные ориентиры:

1. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.
2. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии. электропередачи, узкие лощины и т. п.
3. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.

Ответ: _____

35. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Точечные ориентиры:

1. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.
2. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии электропередачи, узкие лощины и т. п.
3. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.

Ответ: _____

36. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Ориентирование на местности может быть: (несколько ответов).

1. Общее.
2. Выборочное.
3. Детальное (точное).

Ответ: _____

37. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В чем заключается общее ориентирование?

1. В точном определении на карте своего местоположения и направления движения.
2. В приближении определенного местоположения, направления движения и времени, необходимого для достижения конечного пункта маршрута.
3. В приближенном определении своего местоположения, направления движения и времени, необходимого для достижения конечного пункта маршрута.

Ответ: _____

38. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В чем заключается детальное ориентирование?

1. В точном определении боевой обстановки.
2. В точном определении на карте своего местоположения и направления движения.
3. В детальном изучении карты местности.

Ответ: _____

39. *Прочитайте текст и запишите развернутый ответ.*

Что такое азимут?

1. Угол между плоскостью магнитного меридиана места наблюдателя и вертикальной плоскостью, проходящей через эту точку и наблюдаемый предмет.
2. Угол между плоскостью истинного меридиана места наблюдателя и вертикальной плоскостью, проходящей через эту точку и наблюдаемый предмет.
3. Угол между направлением стрелки компаса на север и указанием буквы N на лимбе компаса.

Ответ: _____

40. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Как классифицируется местность в зависимости от почвенно-растительного покрова?

1. Лесная.
2. Слабопересечённая.
3. Труднопроходимая.

Ответ: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел -1 «Здоровье и факторы его формирования»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:

1. Здоровье человека зависит от образа жизни на, %:

1. 50
2. 30
3. 40
4. 10

2. Здоровье человека зависит от его наследственности на, %:
1. 10
2. 20
3. 30
4. 50

3. Фактор, в большей степени определяющий здоровье человека:
1. наследственность
2. условия внешней среды
3. образ жизни
4. система здравоохранения

4. Является условием здорового образа жизни:
1. пассивность
2. стрессы
3. рациональное питание
4. вредные привычки

5. Индивидуальные особенности поведения человека:
1. условия жизни
2. качество жизни
3. стиль жизни
4. уровень жизни

6. Общественное здоровье:
1. здоровье группы людей
2. личное здоровье

3. здоровье населения страны
4. здоровье людей определенной этнической группы

Здоровье:
1. отсутствие болезни
2. состояние радости
3. состояние полного душевного, физического и социального благополучия
4. устойчивость к дестабилизирующим факторам

Материальные и социальные факторы, окружающие человека:
1. условия жизни
2. качество жизни
3. стиль жизни
4. уровень жизни

Валеология – наука о:
1. здоровье человека
2. недрах земли
3. питании
4. режиме дня человека

Здоровье зависит на 10% от:
1. наследственности
2. органов здравоохранения
3. образа жизни
4. окружающей среды

Здоровый образ жизни:
1. поведение и мышление человека, обеспечивающее ему укрепление здоровья
2. систематические занятия спортом
3. способность человека управлять своими эмоциями
4. способность человека управлять своими двигательными действиями

Вид здоровья, характеризующий состояние органов и систем человека и наличие резервных возможностей:
1. физическое
2. духовное
3. нравственное
4. социальное

Цель профилактики:
1. изучение животного мира
2. развитие интеллектуальных способностей человека
3. формирование, укрепление и сохранение здоровья человека
4. развитие профессиональных способностей человека

Составляющая нездорового образа жизни:
1. полноценный отдых
2. гиподинамия
3. отсутствие вредных привычек
4. сбалансированное питание

Фактор нездорового образа жизни:

1. полноценный отдых
2. сбалансированное питание
3. социальная пассивность
4. регулярная двигательная активность

Первичное звено здравоохранения является ключевым в проведении профилактической работы на:
1. индивидуальном уровне
2. популяционном уровне

При проведении медико-социальных исследований применяются следующие методы
1. исторический
2. статистический
3. экспериментальный
4. экономический
5. социологический
6. все вышеперечисленные.

Факторами, оказывающими влияние на здоровье населения, являются, кроме
1. генетические
2. природно-климатические
3. уровень и образ жизни населения
4. уровень, качество и доступность медицинской помощи
5. все вышеперечисленное

Среди факторов, определяющих здоровье населения, лидируе(ю)т:
1. качество медицинской помощи
2. образ жизни
3. биологические

Сегодня для профилактики хронических неинфекционных заболеваний (ХНИЗ) используются…стратегии:
1.4
2.2
3.3

Процесс формирования здорового образа жизни включает все перечисленное, кроме:
1. повышение материального благосостояния
2. воспитание навыков здорового образа жизни
3. информирование населения о факторах риска

Воздействие через средства массовой информации на те факторы образа жизни и окружающей среды, которые увеличивают риск развития ХНИЗ, среди всего населения:
1. стратегия высокого риска
2. стратегия вторичной профилактики
3. популяционная стратегия

Основными направлениями формирования здорового образа жизни являются все перечисленные, кроме:
1. устранение факторов риска
2. повышение эффективности деятельности служб здравоохранения
3. создание позитивных для здоровья факторов

Выявление лиц с повышенным уровнем факторов риска ХНИЗ и проведение мероприятий по их коррекции:
1. стратегия вторичной профилактики
2. популяционная стратегия
3. стратегия высокого риска

Медицинская профилактика включает все перечисленные мероприятия, кроме:
1. выявление заболеваний
2. проведение прививок
3. проведение медицинских осмотров

Заключается в ранней диагностике и предупреждение прогрессирования заболевания как за счет факторной профилактики и коррекции поведенческих факторов риска, так и за счет своевременного проведения современного лечении:
1. стратегия вторичной профилактики
2. стратегия высокого риска
3. популяционная стратегия

Медицинская профилактика включает:
1. выявление заболеваний
2. проведение прививок
3. улучшение условий труда и отдыха

Раздел -2 «Основы оказания первой помощи при различных состояниях»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:

Первая помощь, это:

1. Вид помощи, включающий комплекс простейших мероприятий, направленных на временное устранение причин, угрожающих жизни пострадавшего, предупреждение развития тяжелых осложнений, выполняемый на месте происшествия и вблизи него любым участником дорожного движения.

2. Вид помощи, включающий комплекс лечебно-профилактических мероприятий на этапах медицинской эвакуации, направленных на устранение последствий поражений, угрожающих жизни пострадавших

Укажите, для чего проводится комплекс простейших мероприятий первой помощи.
1. Для прекращения действия повреждающих факторов
2. Для временного устранения причин, угрожающих жизни пострадавшего.
3. Для поддержания жизни пострадавшего.
4. Для предупреждения развития тяжелых осложнений.
5. Все ответы верны

Вызов помощи входит в комплекс мероприятий первой помощи.
1. Да
2. Нет.

«Золотой час» — это:
1. Время с момента получения травмы до поступления в больницу.
2. Время с начала оказания помощи до поступления в больницу

«Золотой час» для пострадавшего, получившего травму, начинается:

1.С момента начала оказания помощи.
2.С момента получения травмы

Перечислите первоочередные мероприятия первой помощи.
1. Обеспечение безопасного оказания помощи.
2. Остановка наружного кровотечения.
3. Обеспечение и поддержание проходимости дыхательных путей.
4. Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5. Сердечно-легочная реанимация.
6. Все перечисленное.

Укажите, с чего начинают оказание первой помощи.
1. Обеспечение безопасного оказания помощи.
2. Остановка наружного кровотечения.
3. Обеспечение проходимости дыхательных путей.
4. Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5. Сердечно-легочная реанимация

Первую помощь имеют право оказывать:
1.Прохожий.
2. Водитель.
3. Сотрудник ГИБДД.
4. Только медицинский работник (фельдшер или врач).
5. Спасатель.
6. Все перечисленное.

Верно ли утверждение: пострадавший может отказаться от оказания первой помощи.
1. Да
2. Нет.

Спасающий должен спросить разрешение у пострадавшего на его осмотр, если тот адекватен и находится в сознании.
1. Да
2. Нет

Спасающий должен спросить разрешение у пострадавшего на проведение манипуляций первой помощи, если тот адекватен и находится в сознании.
1. Да
2. Нет.

Укажите последовательность «спасательных вопросов».
1. Что? Где? Когда? Кто? Как?
2. Где? Что? Когда? Кто? Как?
3. Кто? Что? Где? Когда? Как?

Транспортировка пострадавших входит в мероприятия первой помощи.
1. Да
2. Нет

Психологическая поддержка и первая психологическая помощь являются составной частью первой помощи.
1. Да
2. Нет.

Ребенку оказана первая помощь. Можно ли до приезда скорой медицинской помощи оставить ребенка одного.

1. Нет, ни в коем случае!
2. Ребенка можно оставить без присмотра, ведь первая помощь оказана

Укажите основную цель визуального контакта с пострадавшим.

1. Наблюдение за состоянием пострадавшего.
2. Поддержание разговора с пострадавшим.

Какой вид транспортировки пострадавшего подойдет при травме локтевого сустава, если пострадавший находится в сознании?

1. Передвижение с одним сопровождающим
2. Передвижение на сиденье «замок» (из четырех рук)
3. В транспортировке не нуждается

Какой вид транспортировки пострадавшего подойдет при травме бедра?

1. Транспортировка на стуле
2. Передвижение на сиденье «замок»
3. Ни один из вышеперечисленных вариантов

Перечислите, какие сведения необходимо сообщить диспетчеру при вызове «03»?

1. Характер происшествия (опознавательные ориентиры)
2. Примерное время происшествия, количество пострадавших (в т.ч. беременные, дети)
3. Все вышеперечисленные сведения

Как правильно нужно транспортировать пострадавшего с травмой грудной клетки без сознания?

1. На неповрежденном боку
2. На поврежденном боку
3. Лежа на спине

Какой вид транспортировки пострадавшего необходим при травме головы и шейных отделов позвоночника?

1. Передвижение с одним сопровождающим
2. Передвижение на сиденье «замок»
3. Передвижение на жестких носилках

Укажите условия транспортировки ребенка в возрасте до 12 лет.

1. Обязательно в сопровождении (родителей, близких родственников)
2. Сопровождение родственников не обязательно
3. В сопровождении сотрудников ДПС или сотрудников полиции

Как транспортировать пострадавшего при ранении живота с внутренним кровотечением?

1. В положении на животе с повернутой набок головой
2. В полусидячем положении с подложенным под колени валиком
3. В положении лежа на спине с приподнятыми на 30 градусов ногами

Укажите, в каких случаях нельзя извлекать пострадавшего из аварийного автомобиля?

1. Есть опасность для жизни пострадавшего (задымление, возгорание автомобиля)
2. Помощь оказать внутри автомобиля невозможно из-за его деформации
3. При извлечении из автомобиля можно нанести пострадавшему тяжелую вторичную травму

Укажите, в каких случаях нельзя извлекать пострадавшего из аварийного автомобиля?

1. Пострадавшему не угрожает дополнительная травматизация при извлечении нет зажатия, есть опасность для жизни (задымление, возгорание)
2. Пострадавший зажат, при извлечении можно нанести дополнительную травму
3. Есть опасность для жизни

Кто может оказывать первую помощь пострадавшему ребенку?

1. только медицинский работник
2. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком
3. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком, при наличии специальной подготовки и (или) навыков

Разрешено ли давать пострадавшему лекарственные средства при оказании ему первой помощи?

1. Разрешено
2. Запрещено
3. Разрешено в случае крайней необходимости

При первичном осмотре пострадавшего оценивают следующее:

1. причину травмы
2. наличие крупных ран
3. наличие дыхания
4. наличие сознания
5. проходимость дыхательных путей
6. реакция зрачков на свет
7. пульс на лучевой артерии
8. показатели артериального давления

9 пульс на сонной артерии

Алгоритм оказания первой помощи начинается с:

1. осмотра места происшествия
2. первичного осмотра пострадавшего
3. вызова специалистов
4. вторичного осмотра

По российским законам может быть применено наказание в случае, если:

1. первая помощь оказана неправильно
2. вы только вызвали "Скорую помощь" и больше ничего не делали
3. вы оставили пострадавшего без помощи
4. вы позвали на помощь, но сами ничего не делали

К международным алгоритмам оказания первой помощи относят:

1. осмотр места происшествия
2. первичный осмотр
3. вызов скорой помощи
4. вторичный осмотр
5. все вышеуказанное

Основная задача оказания первой помощи пострадавшему:

1. поддержание жизнедеятельности пострадавшего до приезда специалистов

2 диагностика причины травмы пострадавшего

3. оказание медицинской помощи пострадавшему в полном объеме

4. все выше сказанное

Транспортировка пострадавших сидя осуществляется при:
1. повреждении верхних конечностей и органов брюшной полости.
2. переломе ключицы, перелом ребер.
3. повреждении органов брюшной полости

Транспортировку пострадавшего с черепно-мозговой травмой необходимо осуществлять:
1. лежа на боку
2. лежа на спине
3. сидя
4. стоя

Правильная транспортировка пострадавшего, находящегося без сознания производится:
1. в положении на спине.
2. в положении на животе (при травмах брюшной полости – на боку)
3. с приподнятыми нижними конечностями.

Что необходимо сделать перед началом транспортировки пострадавших?
1. дать пострадавшему обезболивающее средство, чтобы при транспортировке он не впал в кому
2. проверить состояние пострадавшего, насколько он готов к транспортировке
3. оказать первую помощь в соответствующем объеме и провести иммобилизацию поврежденных частей тела, если они имеются

Лекарственные средства при оказании первой помощи:
1. применяются редко
2. применяются по просьбе пострадавшего
3. никогда не применяются
4. всегда применяются

Укажите виды носилочных средств)
1.Жесткие.
2. Мягкие.
3. Полужесткие

Транспортные положения, это:
1. Физиологически выгодные положения, которые придают пострадавшим в зависимости от вида травмы.
2. Положение, которое необходимо придать пострадавшему по жизненным показаниям
3. Все вышеуказанное

Транспортировка пострадавших является мероприятием первой помощи.
1. Да
2. Нет.

Для транспортировки пострадавшего с травмой позвоночника в положении на спине могут быть использованы подручные средства:
1. Широкие доски.
2. Столешница
3. Одеяло.
4. Дверь.

5. Все перечисленное.

Укажите транспортное положение пострадавшего с травмой грудной клетки. Пострадавший в сознании.

1. Лежа на спине.

2. Положение полусидя

3. Стабильное боковое положение на поврежденной стороне, с возвышенным плечеголовным концом.

Больные и пострадавшие, доставленные бригадой скорой медицинской помощи должны быть осмотрены в приемном отделении ЛПУ не позднее:

1.Пяти минут после доставки

2. Десяти минут после доставки

3.Двадцати минут после доставки

4.Тридцати минут после доставки

5.Сорока пяти минут после доставки

Реанимация — это:

1.Наука, изучающая методы восстановления жизни

2. Практические действия, направленные на восстановления дыхания и кровообращения у больных в терминальных состояниях

3.Специальная бригада скорой помощи

Что является вторым действием в случае оказания первой помощи?

1. Предотвращение возможных осложнений

2. Устранение состояния, угрожающего жизни и здоровью пострадавшего

3. Правильная транспортировка пострадавшего

Кто вправе оказывать первую помощь пострадавшему ребенку?

1. только медицинский работник

2. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком

3. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком, при наличии специальной подготовки и (или) навыков

Оптимальное положение для больного с отеком легких:

1.Лежа с приподнятым головным концом, сидя и полусидя

2.Лежа с приподнятым ножным концом

Расширенные реанимационные мероприятия могут проводить

1. только специалисты реанимационных отделений;

2. специально подготовленные медицинские работники;

3. все взрослое население;

4. работники милиции, прибывшие на место происшествия;

5. работники дорожных служб

Укажите, для чего проводится комплекс простейших мероприятий первой помощи.

1.Для прекращения действия повреждающих факторов

2.Для временного устранения причин, угрожающих жизни пострадавшего.

3. Для поддержания жизни пострадавшего.

4. Для предупреждения развития тяжелых осложнений.

5. Все вышеперечисленное

Укажите, с чего начинают оказание первой помощи.

1.Обеспечение безопасного оказания помощи.
2.Остановка наружного кровотечения.
3.Обеспечение проходимости дыхательных путей.
4.Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5.Сердечно-легочная реанимация.

Укажите основную особенность поведения пострадавшего при истерике.
1.Оцепенение.
2.«Театральное» поведение.
3.Агрессивность.

Невербальный метод психологического воздействия на пострадавших заключается в следующем:
1.Установление и поддержание словесного контакта
2.Установление и поддержание визуального и тактильного контакта

Укажите, при каких состояниях изменяется частота и ритм дыхания.
1. Тяжелые травмы грудной клетки.
2. Асфиксия.
3. Черепно-мозговая травма
4. Большая кровопотеря.
5. Все перечисленные состояния.

Укажите частоту пульса у здорового взрослого человека в покое.
1.30–60 ударов в минуту.
2.60–80 ударов в минуту.
3.80-100 ударов в минуту

Витальные признаки — это:
1.Признаки жизни.
2.Признаки травмы.

Определение «признаков жизни» включает:
1.Наличие дыхания, движения, кашля.
2.Наличие сознания, дыхания, пульса на сонных артериях

Укажите перевязочные средства
1. Бинты марлевые медицинские стерильные.
2. Бинты марлевые медицинские нестерильные.
3. Лейкопластырь катушечный.
4. Лейкопластырь бактерицидный.
5. Салфетки марлевые медицинские стерильные.
6. Салфетки марлевые медицинские нестерильные.
7. Косынки медицинские.
8. Все перечисленное.

Спасательное покрывало, это:
1. Полиэфирная пленка с золотисто-серебристым напылением.
2.Двусторонняя фольга
3.Двусторонняя простроченная клеенчатая ткань с зеркальным напылением.

Код контролируемой компетенции
УК-8

Раздел -3 «Уход за пострадавшими и больными»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:
При определении массы тела следует соблюдать условия все, кроме
1.натощак;
2.после опорожнения мочевого пузыря;
3.после опорожнения кишечника;
4. в одной и той же одежде;
5. после водных процедур.
6. Напряжение пульса зависит
7. от величины сердечного выброса;
8. от артериального давления;
9. от общего количества циркулирующей крови;
10. от частоты сердечных сокращений;
11. от возраста пациента.

В норме температура тела в подмышечной впадине
1. на 0,5-0,8 градусов ниже температуры слизистых оболочек;
2. на 0,5-0,8 градусов выше температуры слизистых оболочек;
3. одинаковая с температурой слизистых оболочек;
4. на 1 градус выше температуры слизистых оболочек;
5. на 1 градус ниже температуры слизистых оболочек.

Для профилактики пролежней, положение пациента следует менять
1. каждые 3 часа;
2. каждые 2 часа;
3. каждые 4 часа;
4. по назначению врача;
5. на усмотрение медицинской сестры.

Температура тела человека в норме составляет
1. 36,0 — 36,7°С;
2. 36,2 — 36,9°С;
3. 35,0 — 36,5°С;
4. 36,6 — 37,0°С;
5. 35,8 — 36,6°С.

Выберете наиболее полный ответ: при смене белья и одежды тяжелобольному нужно приготовить
1.перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
2. перчатки нестерильные, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
3. перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня;
4. перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
5. ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого

нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло.

Элемент ухода при рвоте
1. промывание желудка;
2. обильное щелочное питье;
3. применение пузыря со льдом на эпигастральную область;
4. обработка полости рта;
5. вызов врача.

Определите правильную последовательность обработки рта
1. пространство под языком, язык, зубы, внутренняя поверхность щёк, дёсны пациента;
2. зубы, язык, внутренняя поверхность щёк, пространство под языком, дёсны пациента;
3. внутренняя поверхность щёк, зубы, язык, пространство под языком, дёсны пациента;
4. дёсны пациента, зубы, язык, внутренняя поверхность щёк, пространство под языком;
5. язык, пространство под языком, зубы, внутренняя поверхность щёк, дёсны пациента.

Перечень вопросов вариативен, и может модифицироваться в зависимости от внедрения нормативно-правовых и технологических новаций.
1. Чем характеризуется артериальное кровотечение?
2. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску
3. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
4. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

Укажите правильные способы остановки венозного кровотечения?
1. Наложение жгута и максимальное сгибание конечности в суставе
2. Наложение на рану давящей повязки и приподнятое положение конечности
3. Применяются оба способа

Где нужно определять пульс, если пострадавший без сознания?
1. На лучевой артерии
2. На бедренной артерии
3. На сонной артерии

Чем характеризуется венозное кровотечение?
1. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску
2. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
3. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

Укажите правильный способ остановки артериального кровотечения?
1. Пальцевое прижатие сосуда и наложение жгута
2. Наложение на рану поддерживающей повязки
3. Приподнятое положение конечности

На какой предельный срок времени можно наложить жгут (закрутку) при артериальном кровотечении?
1. Не более 1,5 часов
2. Не более 30 минут
3. Не более 2 часов

Чем характеризуется капиллярное кровотечение?
1. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску

2. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
3. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

В каком положении надо транспортировать пострадавшего, находящегося без сознания?
1. Полусидя с повёрнутой набок головой
2. В стабильном боковом положении
3. Лёжа с подложенным под голову валиком из одежды

Какая повязка накладывается на голеностопный сустав при его повреждении?
1. Спиралевидная
2. Восьмиобразная
3. Колосовидная

Эффективность реанимационных мероприятий оценивается:
1. Все ответы правильные
2. Появление пульса на крупных артериях
3. Восстановление дыхания

Как правильно применить бактерицидные салфетки?
1. Промыть рану, удалить инородное тело, наложить бактерицидную повязку
2. Обработать рану раствором йода, наложить бактерицидную повязку
3. На рану наложить бактерицидную салфетку, зафиксировав её лейкопластырем или бинтом

Какая повязка накладывается при повреждении лба?
1. Шапочка
2. Спиралевидная
3. Крестообразная

В какое время года требуется указать время наложения жгута?
1. Зимой
2. Летом
3. В любое время года

Что нужно указать в записке при наложении жгута?
1. Время получения травмы
2. Время наложения жгута
3. Время снятия жгута

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр _2_)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
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	*1-25*
Всего		25

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Здоровье человека зависит от образа жизни на, %:
1. 50;
2. 30;
3. 40;
4. 10.

2. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Приоритетная проблема гигиенического образования молодежи:
1. воспитание гигиенических навыков;
2. воспитание потребности в подвижных играх;
3. продление активной социальной жизни;
4. охрана репродуктивного здоровья.

3. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Приоритетная проблема гигиенического образования трудоспособного населения:
1. воспитание гигиенических навыков;
2. формирование ЗОЖ, общественного и сексуального поведения;
3. производственный травматизм;
4. продление активной социальной жизни.

4. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для открытия дыхательных путей пострадавшего необходимо:
1. запрокинуть голову, при этом следует положить одну руку на лоб, а другую подложить под шею пострадавшего;
2. запрокинуть голову, положив при этом одну руку на лоб, а двумя пальцами подняв подбородок;
3. удалить зубные протезы и прочие инородные предметы из ротовой полости, очистить ротовую полость пальцами, обмотанными платком или бинтом;
4. расстегнуть стягивающую одежду, галстук, воротник.

5. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для временной остановки артериального кровотечения необходимо выполнить следующие действия:

1. осуществить пальцевое прижатие артерии, наложить давящую повязку на

рану, при необходимости наложить кровоостанавливающий жгут;
2. наложить кровоостанавливающий жгут;
3. наложить давящую повязку на рану, доставить пострадавшего в медицинскую организацию;
4. зажать артерию в ране, наложить кровоостанавливающий жгут.

6. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для остановки венозного кровотечения используются все способы, кроме следующего:
1. прямое давление на рану;
2. наложение давящей повязки на рану;
3. наложение кровоостанавливающего жгута;
4. максимальное сгибание конечности в суставе.

7. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Автомобиль, попавший в ДТП, несколько раз перевернулся. В результате пострадал водитель автомобиля. Есть необходимость в его экстренном извлечении вследствие риска возгорания автомобиля. О чем следует помнить в первую очередь:
1. извлекать пострадавшего необходимо очень бережно;
2. при извлечении необходимо обязательно фиксировать голову и шею;
3. извлечение следует выполнить как можно быстрее для снижения риска дополнительного повреждения пострадавшего пламенем;
4. пострадавшего не следует извлекать, постараться устранить опасность возгорания своими силами.

8. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Как часто следует пополнять аптечку первой помощи (автомобильную):
1. 1 раз в год;
2. 1 раз в 1,5 года;
3. 1 раз в 3–5 лет;
4. по мере израсходования ее компонентов.

9. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

При проведении искусственного дыхания «рот-ко-рту» отмечается, что воздух не поступает в легкие, грудная клетка не поднимается. Какие действия следует предпринять в первую очередь:
1. попытаться очистить ротовую полость;
2. выполнить искусственное дыхание методом «рот-к-носу»;
3. извлечь изо рта пострадавшего вставные челюсти;
4. увеличить силу и продолжительность вдувания;
5. более тщательно запрокинуть голову.

10. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Когда производится вызов скорой медицинской помощи:
1. непосредственно после оказания первой помощи пострадавшим;
2. сразу после определения наличия пострадавших на месте происшествия;
3. после определения примерного количества и состояния пострадавших;
4. сразу же по прибытии на место дорожно-транспортного происшествия.

11. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.

Выберите признаки внутреннего кровотечения:

1. учащенный слабый пульс;
2. тошнота и рвота;
3. чувство жажды;
4. частое дыхание;
5. слабость, головокружение;
6. все перечисленное;
7. ничего из перечисленного.

12. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Пострадавший внезапно потерял сознание. Дыхание присутствует. Выберите необходимое действие:

1. следует уложить пострадавшего в устойчивое боковое положение (позу восстановления, стабильное боковое положение);
2. для профилактики возможного вдыхания рвотных масс необходимо уложить пострадавшего на живот;
3. для профилактики возможного вдыхания рвотных масс следует повернуть голову пострадавшего набок;
4. для скорейшего восстановления сознания необходимо надавить пострадавшему на болевые точки (угол нижней челюсти, верхняя губа и т. д.);
5. следует дать понюхать нашатырный спирт на ватке;
6. необходимо придать положение на спине с приподнятыми ногами для обеспечения лучшего кровоснабжения головного мозга пострадавшего.

Ответ_____

13. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

У мужчины 55 лет на фоне психо-эмоционального стресса возникли сильные жгучие боли за грудиной. В чем будет заключаться первая помощь:

1. придать пострадавшему комфортное положение, обеспечив физический и эмоциональный покой, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия;
2. уложить пострадавшего с приподнятыми нижними конечностями, дать таблетку нитроглицерина под язык, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия;
3. предложить пострадавшему посетить поликлинику, рекомендовать принять таблетку нитроглицерина под язык, проводить пострадавшего до поликлиники;
4. позвонить родственникам пострадавшего, выяснить, какие лекарства он принимает, дать ему принять эти лекарства, уложить, обеспечить физический и эмоциональный покой, при сохранении болей в течение часа вызвать скорую медицинскую помощь;
5. придать пострадавшему комфортное положение, обеспечив физический и эмоциональный покой, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия, предложить больному принять назначенные ему лекарства.

Ответ_____

14. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.

При подозрении на отравление пострадавшего ядовитым веществом, поступившим в его организм через желудочно-кишечный тракт, необходимо:

1. вызвать скорую медицинскую помощь;

2. предложить пострадавшему вызвать рвоту (если он в сознании);
3. собрать образцы яда для анализа;
4. дать пострадавшему попить воды;
5. все перечисленное.

15. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Пострадавший в ДТП человек получил следующие повреждения: ссадины на лице, многочисленные кровоподтеки по всему телу. В области бедра одежда разорвана, имеется кровотечение обильной струей темно-вишневого цвета.

Он находится на проезжей части. Что является приоритетным действием в этой ситуации:

1. обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи (перемещение пострадавшего, выставление знаков аварийной остановки и т. п.);
2. остановка кровотечения путем прямого давления на рану и наложение давящей повязки;
3. обработка ссадин антисептическим раствором;
4. вызов скорой медицинской помощи;
5. придание пострадавшему оптимального положения тела.

Ответ_____

16. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Первая помощь оказывается в следующих случаях:

1. отсутствие сознания, дыхания и кровообращения;
2. травмы различных областей тела и наружные кровотечения;
3. острые инфекционные заболевания;
4. инородные тела в верхних дыхательных путях;
5. ожоги, эффекты воздействия высоких температур, теплового излучения;
6. отморожение и другие эффекты воздействия низких температур;
7. отравления.

17. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

К признакам кровопотери относят:

1. резкая общая слабость, чувство жажды;
2. головокружение, мелькание мушек перед глазами;
3. обморок, чаще при попытке встать, бледная, влажная и холодная кожа;
4. урежение частоты сердечных сокращений, снижение частоты дыхания;
5. учащенный слабый пульс, частое дыхание.

18. Прочитайте текст и установите последовательность.

Выберите последовательность подробного осмотра пострадавшего, находящегося в сознании:

1. ноги и руки;
2. голова;
3. шея;
4. живот;
5. грудная клетка.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

19. Прочитайте текст и установите последовательность.

Выберите последовательность оказания первой помощи пострадавшему, извлеченному из затонувшего автомобиля:

1. приступить к сердечно-легочной реанимации;
2. оценить наличие дыхания, при отсутствии дыхания поручить помощнику вызвать скорую медицинскую помощь;
3. оценить сознание, при его отсутствии позвать помощника;

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

20. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	*II*
А Для согревания пострадавшего используется..	*1* Спасательное покрывало, положенное серебристой стороной наружу.
Б Для охлаждения кожного покрова пострадавшего используется..	*2* Спасательное покрывало, положенное золотистой стороной наружу.

2. Таблица для заполнения

А	*Б*

21. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Укажите признаки закупорки верхних дыхательных путей:

I	*II*
А признаки частичной закупорки верхних дыхательных путей	1. отсутствует дыхание 2. дыхание шумное, затрудненное 3. отсутствует кашель 4. внезапный приступ кашля 5. может говорить, голос сиплый 6. нарастающая синюшность кожного покрова и слизистых.
Б признаки полной закупорки верхних дыхательных путей	

Таблица для заполнения

А	*Б*

22. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Какое положение лучше занять пострадавшему с ……

I	*II*
А носовым кровотечением	*1* лежа на спине с согнутыми в коленях и разведенными ногами
Б подозрением на травму живота	*2* сидя, голову слегка наклонить вперед
В подозрением на травму грудной клетки	*3* полусидячее с наклоном в поврежденную сторону

Таблица для заполнения

А	*Б*	*В*

23. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Последовательность оказания первой помощи при:

I	*II*
А глубоких ожогах	*1* охлаждение раны, наложение повязки
Б поверхностных ожогах	*2* наложение стерильной повязки, охлаждение раны

Таблица для заполнения

А	*Б*

24. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Во время оказания первой помощи пострадавший внезапно побледнел, перестал реагировать на окружающее. Укажите, с чего вы начнете оказывать первую помощь:

Ответ_____

25. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

«Золотой час» для пострадавшего, получившего травму, начинается:

Ответ_____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) РЕКЛАМНЫЙ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ РЫНОК РОССИИ И МИРА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

 С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5

2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 8

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8

3.2. Задания для самостоятельной работы 8

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 9

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 10

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 10

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 11

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 13

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 14

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 15

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 15

5.1.1. Основная литература 15

5.1.2. Дополнительная литература 15

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 15

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 16

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 17

5.4.1. Средства информационных технологий 17

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 17

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 17

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 18

5.6. Образовательные технологии 18

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 19

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в медиа с их последующим применением в профессиональной деятельности по проектированию массовых информационных потоков в соответствии с исторической, политической, социальной и экономической ситуацией в государстве и мире, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Содействовать овладению представлений на основе знаний о журналистике и СМИ о технологиях работы в визуальном аспекте;
2. Формировать навыки создания визуальных решений в медиа;
3. Формировать навыки необходимые для подготовки авторских материалов в различных визуальных жанрах.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. 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	Знать: базовые характеристики медиа текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ Уметь: осуществлять подготовку медиатекстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	14	14			

из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*8*	*8*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**			
		Сессия 1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	8			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	60	60			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1. Международный рекламный рынок	33	17	16	6		6				4	
Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе	20	10	10	4		4				2	
Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в	13	7	6	2		2				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
мире											
Раздел 2. Рекламный рынок в России	30	10	20	8		8				4	
Тема 2.1. История становления	15	5	10	4		4				2	
Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России	15	5	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**		**14**				***8***	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1 Сессия 1-2)											
Раздел 1. Международный рекламный рынок	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе	17	15	2	2							
Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в мире	17	15	2			2					
Раздел 2. Рекламный рынок в России	34	30	4	2		2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 2.1. История становления	17	15	2	2							
Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК

Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе

Перечень изучаемых элементов содержания

Этапы развития рекламы в США. Первые рекламные агентства в США. Развитие эфирной рекламы. Появление позиционирующей рекламы. Формирование понятия «Герои нации». Становление рекламы в Западной Европе с появлением печатного дела. Влияние индустриальной революции на развитие рекламы. Первые рекламные агентства Европы и Англии. Влияние мировых войн XX века на развитие рекламы в Европе.

Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в мире

Перечень изучаемых элементов содержания

Средства распространения рекламы. Нетрадиционные средства распространения международной рекламы. Основные тенденции развития мирового рынка рекламы. Мировая реклама и сеть интернет. Перспективы развития мировой рекламы. Технологии виртуальной и дополненной реальности.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Анализ рекламного опыта и технологий.

Форма практического задания: выполнение проекта, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию раскрытия своего проекта)

1. Провести анализ технологий и разработок, применяемых в США и Европе в XX веке, оценить влияние исторических событий на мировой рынок рекламы в отдельно взятом регионе.
2. Предоставить презентацию на тему «Анализ истории становления реклама в…»

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК В РОССИИ

Тема 2.1. История становления

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама на Руси, в царской России, в Российской империи. Реклама в СССР. Художники, поэты, писатели в индустрии рекламы XX века. Реклама в 90х годах.

Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России

Перечень изучаемых элементов содержания

Современные рекламные тренды в России. Сравнение рынка России с рынком Европы и США. Объем рекламного рынка России. Сегментация рынка рекламы России. Перспективы развития.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: **Оценка перспектив развития рынка России.**

Форма практического задания: выполнение проектов, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию раскрытия своего проекта)

1. Оценить используемые технологии рекламы в России.
2. Проведение сравнительного анализа мирового рынка рекламы и Российского рекламного рынка.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Международный рекламный рынок	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Рекламный рынок в России	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России
3. Основные центры международных исследований в мире.
4. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
5. Социальный фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
6. Политический фактора в современных международных отношениях и в мировой политике.
7. Международные экономические организации и их роль в современном мире

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Перспектива рекламного рынка России
2. Рекламный рынок стран СНГ
3. Таргетированность в рекламе
4. Перспективы развития рынка рекламы в России
5. Сравнение столичных и региональных рекламных рынков России
6. Деятельность профессиональных организаций в России
7. Деятельность профессиональных организаций в Европе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Функция рекламной коммуникации

2. Каналы передачи информации и способы ее кодирования.
3. Рекламное агентство: цели, задачи, функции, сотрудники.
4. Особенности рекламных коммуникаций в СССР
5. Особенности рекламных коммуникаций в России и СНГ
6. Влияние современной геополитики на деятельность иностранных компаний в России.
7. Запреты и ограничения на рекламу в современной России.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

8. Деятельность профессиональных организаций в США
9. Влияние экономических кризисов на мировой рынок рекламы
10. Влияние пандемии на развитие рекламы
11. Оценка возможных причин спада рынка рекламы
12. Запреты и ограничения для рекламы
13. Проблемы рынка рекламы в России
14. Оценка перспектив и возможностей в рекламном бизнесе

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические

материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачёт**,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (выполнение проекта и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Международный рекламный рынок	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Хронология развития рекламы в США и Европе. 2. Основные цели и задачи рекламы на каждом этапе. 3. Виды и средства рекламы. 4. Сфера распространения рекламы. 5. Ограничения на рекламу в США 6. Ограничения на рекламу в Европе 7. Рекламный рынок Азии.
2.	Раздел 2. Рекламный рынок в России	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Первая реклама. 2. Лубок. Первая коммерческая реклама. 3. Газетные объявления. 4. Первые рекламные бюро. 5. Известные художники. 6. Реклама в СССР. 7. Реклама в современной России.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-1	1. Хронология развития рекламы в США. 2. Хронология развития рекламы и Европе. 3. Хронология развития рекламы в России до XX века. 4. Развития рекламы в СССР. 5. Реклама в 90е годы в Российской Федерации. 6. Реклама в России XXI в. 7. Реклама в азиатских странах. 8. Тренды в рекламе XX века 9. Антитренды в рекламе 10. Построение рекламных компаний 11. Основные цели и задачи рекламы на каждом этапе. 12. Виды и средства рекламы. 13. Сфера распространения Рекламы. 14. Первая реклама в мировой истории. 15. Первая коммерческая реклама в США и Европе. 16. Коммерческая реклама в Российской империи. 17. Профильные выставки и мероприятия 18. Отличия рекламного рынка России и мира 19. Оценка эффективности различных площадок для размещения рекламы 20. Перспектива рекламного рынка России 21. Рекламный рынок стран СНГ 22. Таргетированность в рекламе 23. Перспективы развития рынка рекламы в России 24. Сравнение столичных и региональных рекламных рынков России 25. Деятельность профессиональных организаций в России 26. Деятельность профессиональных организаций в Европе 27. Деятельность профессиональных организаций в США 28. Влияние экономических кризисов на мировой рынок рекламы 29. Влияние пандемии на развитие рекламы 30. Оценка возможных причин спада рынка рекламы 31. Запреты и ограничения для рекламы 32. Проблемы рынка рекламы в России 33. Оценка перспектив и возможностей в рекламном бизнесе 34. Зависимость рекламного рынка от сезонности 35. Виды сезонности в рекламе 36. Проявление сезонности в различных сфера рекламы 37. Главные инструменты сезонной рекламы 38. Циклы подъемов и спадов в рекламе 39. Рекламная межсезонность 40. Газетная реклама. 41. Первые рекламные бюро. 42. Известные художники, поэты и писатели в рекламе. 43. Реклама в СССР. 44. Привлечение селебрити в рекламе

	45. Реклама в современной России. 46. Рекламные агентства. 47. Крупнейшие рекламодатели России 48. Крупнейшие рекламодатели в мире 49. Внедрение интерактивной интегрированной рекламы. Мировой опыт 50. Рекламные инструменты в онлайн и офлайн бизнеса. Мировой опыт

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560112 *(дата обращения: 06.02.2025).*

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559859 *(дата обращения: 06.02.2025).*

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/566389 *(дата обращения: 06.02.2025).*

5.1.2. Дополнительная литература

Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/54317 3 (дата обращения: 12.02.2025).

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/564576 (дата обращения: 06.02.2025).

Современные международные отношения : учебник и практикум для вузов / В. К. Белозёров [и др.] ; под редакцией В. К. Белозёрова, М. М. Васильевой, А. И. Позднякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15880-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560206 (дата обращения: 06.02.2025).

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 (дата обращения: 06.02.2025). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений,	http://biblioclub.ru/

	библиотека онлайн»	публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ФОТОМАСТЕРСТВА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

 С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5

2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 8

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8

3.2. Задания для самостоятельной работы 8

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 9

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 10

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 10

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 11

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 14

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 15

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 16

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 16

5.1.1. Основная литература 16

5.1.2. Дополнительная литература 16

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 16

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 17

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 18

5.4.1. Средства информационных технологий 18

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 18

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 18

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 19

5.6. Образовательные технологии 19

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 20

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Обеспечить изучение основных принципов организации блогосферы;
2. Формирование навыков определения критериев выбора методики и инструментария для работы фотографа в блогах;
3. Обеспечить изучение основных этапов планирования и осуществления фотопроектов в сфере блогинга;
4. Формировать навыки профессиональной коммуникационной культуры работы фотографа в блогах.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
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 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: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	14	14			

из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*8*	*8*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	8			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	60	60			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	33	17	16	6		6				4	
Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального контента.	20	10	10	4		4				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях.	13	7	6	2		2				2	
Раздел 2. Создание фото контента для блога	30	10	20	8		8				4	
Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.	15	5	10	4		4				2	
Тема 2.2. Дизайн блога и контент.	15	5	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**		**14**				***8***	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1 Сессия 1-2)											
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального контента.	17	15	2	2							
Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях.	17	15	2			2					
Раздел 2. Создание фото контента	34	30	4	2		2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
для блога											
Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.	17	15	2	2							
Тема 2.2. Дизайн блога и контент.	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И БЛОГОСФЕРЕ

Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального контента.

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды социальных сетей. Особенности работы в различных социальных сетях. Аудитория социальных сетей. Построение контент анализа блога.

Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Фэшн съемка. Съемка одежды и предметов интерьера. Фотографирование еды и продуктов. Свадебная фотография. Портретная съемка. Репортаж. Архитектурная фотография. Пейзаж. Арт фото.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Контент анализ опыта и технологий фотосъемки.

Форма практического задания: выполнение проекта, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию проекта, защитить проект)

Проведение контент анализа выбранного блогера с целью определения использованного жанра, а так же сопоставление с подобным контентом других блогеров.

Анализ контент жанров фотографии в социальных сетях

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ФОТО КОНТЕНТА ДЛЯ БЛОГА

Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.

Перечень изучаемых элементов содержания

Фото и видео оборудование для блога. Работа со светом. Фон и интерьер для съемки. Программное обеспечение для монтажа и пост обработки контента. Мобильная съемка и ее особенности.

Тема 2.2. Дизайн блога и контент.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов. Особенности ведения фотоблога. Значение фотографии в современном мире. Роль

фотографии в блогинге. Фотографии со смыслом и для развлечения. Мобильные приложения для съемки фотографий. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: **Создание фото контента.**

Форма практического задания: выполнение проектов, дискуссия по выполненному заданию

Тема проекта (предоставить презентацию проекта, защитить проект)

Выбрать жанр и подготовить фотосет для размещения в социальных сетях. Разместить фотосет в своих социальных сетях и провести анализ реакций подписчиков.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Создание фото контента для блога	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Блоги в Вконтакте
2. Блоги в Дзен
3. Блоги в Одноклассниках
4. Блоги в Telegram
5. Работа одновременно на нескольких площадках
6. Личный веб сайт
7. Блоги на условно-доступных площадках

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Дизайн и композиция фотографии
2. Работа с визуализацией инфографики для размещений в социальных сетях
3. Акцентная типографика
4. Использование шрифта и цвета для оформления фотографии
5. Использование чужих, защищенных авторским правом фотоматериалов.
6. Роль гайдлайна и брендбука для создания визуального контента для социальных сетей
7. Влияние философии бренда на визуальный контент

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Основные правила подбора иллюстраций.
2. Сочетания цветов.
3. Использование графических элементов.
4. Особенности ведения фотоблога.
5. Роль фотографии в блогинге.
6. Мобильные приложения для съемки фотографий.

7. Правила мобильной фотографии

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Роль фотографа и оператора в создании визуального контента для социальных сетей
2. Работа с реквизитом для создания визуального фото контента
3. Роль ретушера и дизайнера для оформления фото контента
4. Анализ отклика на фото контент
5. Тренды визуального контента
6. Виды визуального контента
7. Контент фотосессия

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачёт**,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (выполнение проекта и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с

накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания

0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Фотоблогер как амплуа 2. Блогер-лидер мнений 3. Блогер-жерналист-информационщик 4. Блогер-военкор 5. Блогер-звезда шоу-бизнеса и спорта. 6. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента журналов. 7. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента газет.
2.	Раздел 2. Создание фото контента для блога	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Копирайтинг в блогинге 2. Рерайтинг в блогинге 3. Этические правила фотографии 4. Композиция фотографии в блоге 5. Зависимость контента от вида площадки 6. Журналистская статья и блогерский пост: общее и особенное 7. Оборудование для создание контента.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента журналов. 2. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента газет. 3. Копирайтинг в блогинге 4. Рерайтинг в блогинге 5. Этические правила фотографии 6. Композиция фотографии в блоге 7. Зависимость контента от вида площадки 8. Журналистская статья и блогерский пост: общее и особенное 9. Оборудование для создания контента. 10. Роль фотографии в блогинге. 11. Мобильные приложения для съемки фотографий. 12. Правила мобильной фотографии 13. Правила размещения теста на фотографии 14. Визуализация дополнительных элементов на изображениях 15. Дизайн визуального контента 16. Цветовое оформление визуального контента для социальных сетей 17. Дизайн и композиция фотографии 18. Работа с визуализацией инфографики для размещений в социальных сетях 19. Акцентная типографика 20. Использование шрифта и цвета для оформления фотографии 21. Использование чужих, защищенных авторским правом фотоматериалов. 22. Роль гайдлайна и брендбука для создания визуального контента для социальных сетей 23. Влияние философии бренда на визуальный контент 24. Роль фотографа и оператора в создании визуального контента для социальных сетей 25. Работа с реквизитом для создания визуального фото контента 26. Роль ретушера и дизайнера для оформления фото контента 27. Анализ отклика на фото контент 28. Тренды визуального контента 29. Виды визуального контента 30. Контент фотосессия 31. Работа с личным брендом 32. Работа с брендом заказчика 33. Каталожная съемка 34. Разработка фирменного стиля визуального контента 35. Виды съемки для бренда 36. Рекламная фотография для социальных сетей 37. Подбор локации и натуры для съемки 38. Работа с мудбордами и референсами 39. Подготовка локации 40. Типичные ошибки при создании визуального контента 41. Съемки для спортивного блога 42. Съемки для бьюти блога 43. Съемки для фуд блога 44. Съемки влога 45. Съемки тревал блога

	46.	Подготовка контент плана
	47.	Использование нейросетей для создания фото контента
	48.	Приложения для постобработки контента
	49.	Работа со светом и освещением
	50.	Оборудование для проведения фотосессии

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560455 (дата обращения: 12.02.2025).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560265 (дата обращения: 12.02.2025).

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559859 (дата обращения: 06.02.2025).

5.1.2. Дополнительная литература

Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 (дата обращения: 06.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/566389 (дата обращения: 06.02.2025).

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/561023 (дата обращения: 06.02.2025).

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 (дата обращения: 06.02.2025). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений,	http://biblioclub.ru/

	библиотека онлайн»	публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ АГЕНТСТВАМИ И СЛУЖБАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельности коммуникационным и агентствами в РФ	Контрольная работа	Рынок коммуникационных агентств в России (рассмотреть на конкретных регионах) Участники рекламного процесса. Задачи и функции коммуникационного агентства. Виды и классификации коммуникационных агентств. Взаимоотношения коммуникационного агентства и рекламодателя. Параметры оценки качества коммуникационного агентства.
		Контрольная работа	Специфика разработки позиционирования коммуникационного агентства. Информирующие и убеждающие доказательства позиционирования (на конкретном примере). Специфика разработки образа бренда коммуникационного агентства. Специфика рекламы в сегменте B2B. Специфика продаж в сегменте B2B.
2	РАЗДЕЛ 2. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	Контрольная работа	Причины возникновения дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. Способы решения проблемы дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. Трафик-менеджер. Специфика его работы в творческом отделе коммуникационного агентства. Рекламный отдел предприятия. Функции рекламного отдела. Основные специализации сотрудников рекламного отдела. Рекламный отдел предприятия как клиент коммуникационного агентства.
		Контрольная работа	Специализация корпоративного спонсорства. Долгосрочное абонентское обслуживание (Retainer). Правила расчета корпоративного ПР-бюджета. Правила составления PR-brief для агентств и консалтинговых фирм. Основы формирования фирменного стиля.
3	РАЗДЕЛ 3. Менеджмент коммуникационного агентства и профильных служб в организациях	Контрольная работа	Особенности подготовки и проведения Годового собрания акционеров. Системы обратной связи с персоналом. Системы обратной связи с потребителем. Специфика реализации рекрутинговых кампаний с помощью СМИ. Способы оценки эффективной работы корпоративной службы связей с общественностью.
		Контрольная работа	Творческий отдел коммуникационного агентства. Порядок получения заданий. Управление временем в проектах творческого отдела коммуникационного агентства. Особенности продажи услуг и продуктов коммуникационного агентства. Стадии процесса продаж услуг и продуктов коммуникационного агентства. Определение приоритетных категорий клиентов коммуникационного агентства. Сбор и изучение информации о потенциальном клиенте коммуникационного агентства. Инициирование контактов клиента коммуникационного агентства. Взаимодействие с клиентом коммуникационного агентства.

4	РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта	Контрольная работа	«Завоевание» клиента коммуникационного агентства. Презентация коммуникационного агентства. Получение первого задания коммуникационного агентства. Разработка торгового предложения коммуникационного агентства. База данных о клиентах коммуникационного агентства.
		Контрольная работа	Участие коммуникационного агентства в выставке. Разработка наименования коммуникационного агентства. Разработка идентификационного комплекса коммуникационного агентства. Разработка позиционирования коммуникационного агентства. Возможности и виды позиционирования коммуникационного агентства.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Типовые структуры рекламных отделов. Развитие структур рекламных отделов. 2. Виды рекламного отдела для мелкого и среднего предприятия. Сотрудничество с коммуникационными агентствами. 3. Виды рекламного отдела для крупного предприятия. Виды рекламного отдела для сверхкрупного предприятия. Сотрудничество с коммуникационными агентствами. 4. Тендерные конкурсы. Проведение и организация тендера на выбор коммуникационного агентства. Принципы по проведению тендера на выбор коммуникационного агентства. 5. Рынок коммуникационных агентств России (рассмотреть на конкретном регионе). 6. Участники рекламного процесса. Задачи и функции коммуникационного агентства. 7. Виды и классификации коммуникационных агентств. 8. Взаимоотношения коммуникационного агентства и рекламодателя. 9. Параметры оценки качества коммуникационного агентства. 10. Коммуникационное агентство полного цикла. 11. Организационные структуры коммуникационного агентства, функционал подразделений. Специфика работы отдела по работе с клиентами коммуникационного агентства. Специфика работы медийного отдела коммуникационного агентства. Специфика работы отдела по производству рекламной продукции коммуникационного агентства. Специфика работы творческого отдела коммуникационного агентства. Специфика работы BTL-отдел коммуникационного агентства. Специфика работы PR-отдел коммуникационного агентства. Специфика работы Интернет-отдела коммуникационного агентства. Специфика работы административно-хозяйственной службы коммуникационного агентства. 12. Формы оплаты услуг коммуникационного агентства. 13. Причины возникновения дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. Способы решения проблемы дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. 14. Трафик-менеджер. Специфика его работы в творческом отделе коммуникационного агентства. Управление временем в проектах творческого отдела коммуникационного агентства. 15. Рекламный отдел предприятия. Функции рекламного отдела. Основные специализации сотрудников рекламного отдела. Рекламный отдел предприятия как клиент коммуникационного агентства. 16. Сравнительная характеристика специфики ПР-отделов в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях 17. Характеристика специфики отделов рекламы в коммерческих структурах 18. Функциональные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью. Виды отделов.

	19. Статус корпоративных СО в системе менеджмента компании. 20. Профессиональные требования к корпоративным ПР-специалистам. 21. Профессиональные требования к менеджерам по рекламе 22. Исследовательский сегмент в рекламе и корпоративных СО: качественные и количественные методы сбора и анализа информации. 23. Основные виды корпоративных ПР-программ, ПР-мероприятий и ПР-планов. Виды рекламных мероприятий. 24. Специализация корпоративного спонсорства. 25. Долгосрочное абонентское обслуживание (Retainer). 26. Правила расчета корпоративного ПР-бюджета. 27. Правила составления PR-brief для агентств и консалтинговых фирм. 28. Основы формирования фирменного стиля. 29. Системы обратной связи с персоналом. Системы обратной связи с потребителем. 30. Специфика реализации рекрутинговых кампаний с помощью СМИ. 31. Способы оценки эффективной работы корпоративной службы связей с общественностью. 32. Управление корпоративным имиджем и репутацией 33. Система подбора и найма рекламных, ПР-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии 34. Управление корпоративным имиджем: отношения с инвесторами, отношения с акционерами, отношения с правительственными структурами 35. Виды корпоративных ПР-документов. Требования к корпоративным онлайновым документам 36. Планы кризисного реагирования в корпоративных ПР 37. Тактика взаимодействия ПР-департамента с ключевыми корпоративными структурами. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями 38. Основные направления формирования корпоративной культуры 39. Взаимодействие с журналистским сообществом и роль менеджера по связям со СМИ 40. Корпоративный имидж и имидж бренда 41. Профессиограмма специалиста корпоративных СО. Профессиограмма специалиста по рекламе 42. Функциональный принцип построения отделов. Задачи ПР-отделов и отделов по рекламе 43. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях и коммерческих организациях. 44. Принципы ценообразования. Принципы ценообразования на услуги коммуникационного агентства 45. Предпринимательская среда: сущность, структура. Функции предпринимательства. Внешняя и внутренняя среда предпринимательской деятельности 46. Сущность предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности, и их права и обязанности 47. Индивидуальные предприниматели, порядок их регистрации и налогообложение, особенность в рамках изучаемой дисциплины 48. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, особенность в рамках изучаемой дисциплины 49. Малое предпринимательство: общая характеристика, критерии малого предпринимательства. Роль его в экономике 50. Сущность себестоимости и ее значение. Классификация затрат. 51. Формирование финансовых результатов. Механизм формирования и распределения прибыли. Показатели рентабельности

	52. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия 53. Основные рыночные параметры (спрос, предложение, конкурентоспособность) 54. Структура управления капиталом и управление им. Основные фонды, их классификация, показатели использования 55. Основные и оборотные средства: износ амортизация, оборачиваемость. 56. Налогообложение предпринимательских организаций, специфика коммуникационного агентства 57. Понятие и виды посредников, направления посреднической деятельности, виды посреднических операций 58. Договорные отношения предпринимателей с хозяйствующими партнерами. Сущность сделок. Виды договоров, структура и прядок их заключения 59. Понятие предпринимательской тайны. Сведения относящиеся к предпринимательской тайне 60. Защита предпринимательской тайны. Меры по предотвращению утечки сведений составляющих предпринимательскую тайну 61. Типы и виды предпринимательских рисков. Управление предпринимательскими рисками, механизм нейтрализации 62. Конкуренция в предпринимательстве, ее функции. Виды конкурентных структур, способы ведения конкурентной борьбы 63. Культура российского предпринимательства. Предпринимательская этика 64. Виды ответственности субъектов предпринимательской деятельности
ПК-5	1. Маркетинговые исследования - основы рыночной стратегии предприятия и поиска ниши 2. Управленческая структура коммуникационного агентства 3. Кадровый менеджмент в коммуникационном агентстве: технологии поиска, селекции и развития сотрудников. 4. Консалтинг и исследования в деятельности агентства 5. Роль аналитических сервисов в бизнесе современного коммуникационного агентства. 6. Внутренний и внешний подходы к организации сервисов digital-коммуникации, издательских и дизайнерских сервисов в коммуникационном агентстве. 7. Нетворкинг как технология развития бизнеса коммуникационного агентства: основные модели и платформы. 8. Питч как технология и как искусство. Инновационные технологии питчинга. 9. Использование данных исследований для планирования и развития деятельности маркетингового агентства и отдела маркетинга. 10. Ресурсы предпринимательской деятельности, специфика ресурсов коммуникационного агентства и профильных подразделений 11. Инновационная и изобретательская деятельность в коммуникационном агентстве 12. Кадровые ресурсы организации, специфика коммуникационного агентства и профильных подразделений 13. Понятие маркетингового агентства и его основные функции 14. Функции отдела маркетинга и его отношения с другими подразделениями 15. Структура маркетингового агентства и внутреннее взаимодействие подразделений 16. Основы проектного менеджмента и клиентинга в коммуникационном агентстве 17. Антикризисное управление в коммуникационном агентстве

	18. Особенности продажи услуг и продуктов коммуникационного агентства. Стадии процесса продаж услуг и продуктов коммуникационного агентства. 19. Определение приоритетных категорий клиентов коммуникационного агентства. Сбор и изучение информации о потенциальном клиенте коммуникационного агентства. 20. Инициирование контактов клиента коммуникационного агентства. Взаимодействие с клиентом коммуникационного агентства. «Завоевание» клиента коммуникационного агентства. База данных о клиентах коммуникационного агентства. 21. Презентация коммуникационного агентства. Получение первого задания коммуникационного агентства. 22. Разработка торгового предложения коммуникационного агентства. Разработка наименования коммуникационного агентства. Разработка идентификационного комплекса коммуникационного агентства. Специфика разработки образа бренда коммуникационного агентства. 23. Разработка позиционирования коммуникационного агентства. Возможности и виды позиционирования коммуникационного агентства. 24. Специфика разработки позиционирования коммуникационного агентства. Информирующие и убеждающие доказательства позиционирования (на конкретном примере). 25. Специфика рекламы в сегменте B2B. Специфика продаж в сегменте B2B. 26. Творческий отдел коммуникационного агентства. Управление проектами. Порядок получения заданий.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Социальные сети как цифровое пространство продвижения бренда		Эссе	1. Типичные признаки падения уровня репутации в сети 2. Работа с сегментами пользователей сети интернет 3. Сталкеринг 4. Разбор карт репутации 5. Классические приемы улучшения уровня репутации в цифровой среде. 6. Создание имиджа бренда. 7. Влияние на чужую репутацию 8. Определение целевой аудиторией 9. Проведение офлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде. 10. Проведение онлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде.
			Аналитическое задание	Провести анализ работ современных режиссеров.
2.	Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	ОПК -4	Эссе	1. Негативные отзывы бывших сотрудников и борьба с ними 2. Негативные отзывы партнеров и последствия таких отзывов 3. Мониторинг комментариев в сети 4. Работа над имиджем в ВК и одноклассниках 5. Работа над имиджем в поисковых системах 6. Интервью как способ влияния на репутацию 7. Влияние неудачного интервью на репутацию, оценка последствий 8. Влияние репутационных потерь на руководящий состав 9. Влияние репутационных потерь на рядовых сотрудников 10. Допустимость откровенных фотографий сотрудников в социальных сетях
		ПК-3	Аналитическое задание	Изучить влияние особенностей оборудования для съемки видеоконтента.

3	Раздел 2. Стратегический подход к управлению цифровой репутацией	ОПК -4	Эссе	1. Троллинг и работа с ним 2. Размещение на аккаунтах социальных сетей компании запрещенных материалов 3. Технология работы с кибербуллингом 4. Направленное преследования в сети интернет 5. Падение морали сотрудников в случае негативных органов 6. Сможет ли уход из сети решить вопрос травли в сети 7. Технологии борьбы с буллингом на различных сетевых площадках 8. Использование ботов в создании имиджа 9. Работа с негативными отзывами бывших сотрудников Необходимость улучшения нейтральных отзывов.
		ПК-3	Аналитическое задание	Рассмотреть наиболее популярные решения в постобработки.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК -4	1. «Социальные сети – социальные медиа»: Понятие, классификация. 2. Особенности функционирования SMM в России и зарубежом. 3. Специфика коммуникации SMM (разных уровней и типов/видов) в «социальных сетях-социальных медиа». 4. Отличием ORM от SERM 5. Отличие цифровой репутации бизнеса и персоны 6. Влияние цифровой репутации на прибыль компании 7. Влияние цифровой репутации руководителя на цифровую репутацию бренда 8. Возможности подчистить очистки цифровой репутации в сети 9. Эффект Стрейзанд 10. Неконтролируемые проблемы с цифровой репутацией бренда 11. Рекомендуемые площадки для работы с имиджем организации 12. Работа в запрещенных социальных сетях и последствия 13. Оценка репутации в сети интернет 14. Разница между понятием репутация и цифровая репутация 15. Определение плохой и хорошей репутации 16. Сферы деятельности, в которых минимизированы репутационные потери 17. Сферы деятельности, в которых максимизированы репутационные потери 18. Влияние и управление мнением окружающих 19. Факторы влияющие на улучшение репутации бренды 20. Факторы влияющие на ухудшение репутации бренда 21. Влияние мнения пользователей на имидж бренда 22. Ошибки построения стратегии 23. Участие бренда в благотворительности
ПК - 3	1. Типичные ошибки поведения представителей бренда повлекшие сетевой скандал 2. Запрет и разрешение на публикацию личной информации в социальных сетях 3. Взлом аккаунта бренда, последствия 4. Выставление интимных фотографий руководства в публичном доступе 5. Типичное проявление кибербуллинга. 6. 36 правил Эрика Куалмана. 7. Прямой и косвенный путь воздействия на аудиторию 8. Влияние личной травли сотрудника на репутацию бренда 9. Внутренний буллинг внутри компании и влияние на репутацию бренда 10. Важность работы с положительными отзывами 11. Создание целевой аудитории бренда 12. Цифровое окружение бренда 13. Создание народного бренда

	14. Негативный имидж бренда 15. Позитивный имидж бренда 16. Построение имиджа с нуля в сети интернет 17. Причины ухудшения имиджа бренда 18. Организация мониторинга отзывов 19. Удаление и выдавливание негативных отзывов 20. Боты в создании имиджа 21. Работы на «чужих» сетевых площадках 22. Работа на собственных сетевых площадках 23. Работа SERM специалистов 24. Брендинг в управлении репутацией 25. Оценка эффективности стратегии по управлению репутацией 26. Ответственность за утаивание информацией 27. Правила проведения в сети, личные страницы 28. Виды сетевых конфликтов 29. Рекомендации по решению конфликтов в сети 30. Пирамида деловой репутации 31. KPI эффективности работы с деловой репутацией 32. Работа с конфликтами вне цифрового пространства 33. Хейеры: понимание аудитории, особенности 34. Хейеры: манипуляция и манипулирование 35. Хейеры: работа по управлению поведением с хейтеров

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Сущность коммуникационных кампании	Контрольная работа	Разработка коммуникационной стратегии выхода нового Товара/Услуги на рынок СНГ. (определяются самостоятельно)
2	Раздел 2. Планирование коммуникационной кампании	Контрольная работа	Планирование коммуникационной кампании по продвижению одного из субъектов РФ. (выбирается самостоятельно)
3	Раздел 3. Выбор канала коммуникации: ATL, BTL	Контрольная работа	Написание брифа и разработка медиаплана по выводу нового Товара/Услуги на российский рынок. (выбирается самостоятельно)
4	Раздел 4. Пиар инструменты	Контрольная работа	Составление бюджета коммуникационной кампании по запуску нового Товара/Услуги (выбирается самостоятельно)
5	Раздел 5. Реализация и эффективность реализации коммуникационной кампании	Контрольная работа	Анализ и оценка эффективности коммуникационной кампании (определяется самостоятельно)

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Коммуникационная кампания: сущностные характеристики. 2. Характеристика PR-акции, PR-кампаниии, PR-программы. 3. Сравнительный анализ PR-акции, PR-кампании, PR-программы. 4. Комплексная рекламная кампания и PR кампания. 5. Кейсы рекламных и PR-кампаний. 6. PR-кампания и комплексная рекламная кампания: функциональное и целевое различие. 7. Структура PR-кампании. 8. Типы PR-кампаний. 9. Подходы к структуризации PR-кампании. 10. Характеристика пяти этапов кампании организации и проведения коммуникационных кампаний. 11. Последовательность и параллельность осуществления этапов коммуникационной кампании. 12. Определение, значение, виды коммуникационного аудита. 13. Классификация источников информации, каналов коммуникации. 14. Понятие ключевой и целевой аудитории. 15. Структура общественных оценок. 16. Базы данных, как источник информации. 17. Методы исследований на этапе коммуникационного аудита. 18. Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов. 19. Раскройте известные вам коммуникационные каналы. 20. Единство и разница коммуникаций ATL и BTL? 21. Основные характеристики коммуникации BTL в отличии от ATL 22. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)? 23. Какие направления включают в себя коммуникации к BTL-коммуникации? 24. STEP- и SWOT-анализ.

	25. Количественные и качественные методы исследований на этапе ситуационного анализа. 26. Самоанализ топ-менеджмента как необходимый инструмент диагностики ситуации. 27. Приемы, методы и технологии PR. 28. Гуманитарные технологии и социально-коммуникативные технологии в области связей с общественностью. 29. Постановка целей и задач, творческий аспект стратегии управления коммуникациями. 30. АСП-подход, планирование на основе выделения направлений деятельности. 31. Целеполагание, как необходимое условие изменяемости результатов. 32. Гуманитарные технологии как инструментарий разработчика PR-кампании. 33. Социально-коммуникативные технологии как инструментарий разработчика PR-кампании. 34. Количественные и качественные методы исследований в рамках PR-кампании. 35. Структура общественных оценок. Оценка репутации базисного субъекта PR. 36. Коммуникационный аудит как этап разработки PR-кампании. 37. Медиа-аспект стратегии. 38. Медиакарта, ее продуктивное использование. 39. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. 40. Медиа-обсчет, его основные параметры. 41. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. 42. Ситуационный анализ как этап разработки PR-кампании. 43. Стратегическое планирование как этап разработки PR-кампании. 44. АСП-подход к планированию PR-кампании. 45. Роль медиапланирования в разработке PR-кампании. 46. Специальные мероприятия PR. 47. Организация события, как основы для PR-кампании. 48. Целевая аудитория PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение. 49. Ресурсы PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение. 50. Медийные и немедийные каналы коммуникаций в PR-кампании: общая характеристика, соотношение, значение. 51. Презентации и шоу как технологии PR.

	52. Образовательные программы, семинары как технологии PR. 53. Организация выставок как технология PR. 54. Спонсорство, благотворительность, патронаж как PR-технологии. 55. Фандрайзинг как технология PR. 56. Product placement как технология PR. 57. Технологии внутрикорпоративного PR, как залог успешного проведения PR-кампании. 58. Подходы к формированию бюджета. 59. Принципы отбора экспертного жюри. 60. Способы оптимизации бюджета PR-кампании. 61. Основные подходы к формированию бюджета PR-кампании. 62. Подходы к оценке эффективности коммуникационной кампании. 63. Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации коммуникационной кампании. 64. Методика определения промежуточных и результирующих итогов коммуникационной кампании. 65. Методы оценки эффективности PR-кампании. 66. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных PR-технологий.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Роль стратегического планирование коммуникационных кампаний в организации	ПК-3	Контрольная работа	Основные задачи, цели и функции стратегического планирования маркетинговых и социальных коммуникаций. Сущность и структура стратегии маркетинговых и социальных коммуникаций предприятия Стратегическое планирование маркетинговых и социальных коммуникаций российских предприятий. Факторы, препятствующие активному распространению стратегического планирования. Технология разработки стратегической программы маркетинговых и социальных коммуникаций фирмы Учет психологических, культурных, социальных и этнических факторов при оценке реакции целевой группы на маркетинговых и социальных коммуникаций.
2.	Раздел 2. Методологические основы стратегического планирования маркетинговых и социальных коммуникаций	ПК-3	Контрольная работа	Способы оценки эффективности маркетинговых и социальных коммуникаций. подхода к оценке эффективности коммуникации. Сущность коммуникационного и экономического подходов к оценке эффективности рекламы, PR и BTL акций. Коммуникационная воронка. Основные количественные показатели коммуникационного и экономического эффекта коммуникационного воздействия. Оценка эффективности Интернет-маркетинга. Эффективность плана коммуникаций. Теория эффективной частоты. Место маркетингового анализа в стратегическом планировании маркетинговых и социальных коммуникаций. Классификация методов маркетингового анализа предприятий и организаций.
3	Раздел 3. Эффективности коммуникации как составляющей разработки эффективного стратегического маркетингового плана	ПК-3	Контрольная работа	Методы анализа макро- и мезосреды. Содержание метода бенчмаркинга и его использование. Методики анализа микросреды маркетинга. Основные методы конкурентного анализа и анализа конъюнктуры. Прогнозирование потенциальной емкости рынка. Оценка потенциала рынка и рыночной доли фирмы. Критерии оценки привлекательности рынка.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Что представляет собой стратегический маркетинг? 2. Что представляет собой тактический маркетинг? 3. Чем отличаются корпоративная стратегия и тактический маркетинг? 4. Как связана стратегия маркетинга с ориентацией на потребителя? 5. Что приставляет собой процесс планирования? 6. Почему стратегический маркетинг разрабатывается на основе общего стратегического плана фирмы? Почему правильность постановки целей на каждом уровне управления имеет существенную значимость? 7. Что представляет собой стратегическое планирование на корпоративном уровне? 8. Почему стратегический маркетинг опирается на полученные результаты маркетинговых исследований рынка и конкурентов? 9. Почему в стратегическом маркетинге невозможно контролировать будущее развитие бизнеса, тем не менее, цели и KPI непременно задаются для достижения, как ориентиры будущего? 10. Почему реализация оперативного маркетинга требует жесткого контроля, выполнения заданных KPI для всех отделов, включая отдел маркетинга и отдел продаж? 11. Почему тактический маркетинг приравнивают к комплексу маркетинга-микс «4 и 7 Р»? 12. На каком основании зиждиться утверждение корпоративная стратегия фирмы с большим количеством подразделений должна учитывать горизонтальную стратегию? 13. Почему для эффективного управления стратегическими целями фирмы цели СБЕ должны отвечать критериям, каким? 14. Почему верно утверждение, что инвестиционные цели определяют для маркетинга масштаб усилий в каком-либо направлении деятельности? 15. Что включает в себя стратегический маркетинговый план? Каковы ключевые аспекты стратегического плана маркетинга? 16. Что собой представляет типичный годовой маркетинговый план? 17. Почему стратегия маркетинга в целом опирается на все «4 Р» и для услуг «7Р»? 18. Что означает: проблема маркетинга является достижение правильного равновесия между факторами микса? 19. Каковы основные характеристики стратегического маркетингового плана? 20. Почему стратегическое маркетинговое планирование — это процесс? 21. Какие четыре четко определенных этапа требуется в стратегическом планировании маркетинга? 22. Цели фирмы. Виды целей. Что означает формулировка миссии? 23. Какие следует определить шаги, которые необходимо принять во внимание для создания стратегического маркетингового плана?

	24. Как связана маркетинговая стратегия и маркетинговые исследования? В каком документе представлен процесс маркетинговой стратегии? 25. Какие формы и разновидности исследований вы знаете, и как они могут влиять на стратегические планы компании? Какие результаты можно получит благодаря проведению исследований рынка? 26. Что собой представляет стратегический маркетинг как процесс? Что включает процесс планирования маркетинговой стратегии фирмы? 27. Стратегический план маркетинга представляет собой детальный подход к решению каких вопросов? 28. Обоснуйте утверждение, что в маркетинге, как правило, используются планы на год, при этом некоторые фирмы привязывают годовой план, скажем, к пятилетнему плану. Какова важнейшая проблема, с которой сталкиваются в своей работе небольшие организации? 29. Каковы основные этапы маркетингового планирования? 30. Что собой представляет интерпретация собранных данных? 31. Что собой представляют ключевые факторы успеха? 32. Почему неспособность к адаптации часто является наиболее серьезной проблемой для фирмы? 33. В чем смысл формулы: Разрыв в планировании = Целевой прогноз – Базисный прогноз? В чем актуальность проблемы определения разрыва в планировании? 34. Что собой представляет развитие рынка? Почему развитие рынка возникает тогда, когда фирма пытается найти для своего товара новые рынки (новые функциональные способы, часто для новых пользователей)? 35. Какие основные характеристики включает этапы стратегического плана маркетинга как: цели? : стратегия по продукту? : ценовая стратегия? : стратегия распространения? : политика рекламы и продвижения? : стратегия персонала? : обратная связь? : планирование бюджета по каждому отделу? : риски? 36. Основные задачи, цели и функции стратегического планирования маркетинговых и социальных коммуникаций. 37. Сущность и структура стратегии маркетинговых и социальных коммуникаций предприятия 38. Стратегическое планирование маркетинговых и социальных коммуникаций российских предприятий. Факторы, препятствующие активному распространению стратегического планирования. 39. Технология разработки стратегической программы маркетинговых и социальных коммуникаций фирмы 40. Учет психологических, культурных, социальных и этнических факторов при оценке реакции целевой группы на маркетинговых и социальных коммуникаций. 41. Способы оценки эффективности маркетинговых и социальных коммуникаций. подхода к оценке эффективности коммуникации. 42. Сущность коммуникационного и экономического подходов к оценке эффективности рекламы, PR и BTL акций. Коммуникационная воронка. 43. Основные количественные показатели коммуникационного и экономического эффекта коммуникационного воздействия. 44. Оценка эффективности Интернет-маркетинга. 45. Эффективность плана коммуникаций. Теория эффективной частоты.

	46. Место маркетингового анализа в стратегическом планировании маркетинговых и социальных коммуникаций. 47. Классификация методов маркетингового анализа предприятий и организаций. 48. Методы анализа макро- и мезосреды. 49. Содержание метода бенчмаркинга и его использование. 50. Методики анализа микросреды маркетинга. 51. Основные методы конкурентного анализа и анализа конъюнктуры. 52. Прогнозирование потенциальной емкости рынка. Оценка потенциала рынка и рыночной доли фирмы. Критерии оценки привлекательности рынка. 53. Выбор маркетинговой стратегии: Стратегии роста. 54. Выбор маркетинговой стратегии: Стратегия проникновения на рынок. 55. Выбор маркетинговой стратегии: Стратегия расширения сегмента. 56. Выбор маркетинговой стратегии: Стратегия позиционирования товара или услуги. 57. Выбор маркетинговой стратегии: Развитие рынка. 58. Выбор маркетинговой стратегии: Развитие товара. 59. Выбор маркетинговой стратегии: Вертикальная интеграция. 60. Выбор маркетинговой стратегии: Диверсификация. 61. Выбор маркетинговой стратегии: Удержание рыночной позиции. 62. Выбор маркетинговой стратегии: «Сбор урожая», отказ от бизнеса и его ликвидация.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Вербальная коммуникация фото и видео контента	Контрольная работа	Темы контрольных работ: 1. Пуант как «конечная точка» креатива. «Слом», «изумление» как эффект («меравилья», «вау-эффект»); стратегия создания новеллистического и анекдотического текста. 2. Комментарий, рецензия и эссе: жанры и форматы. Дискурс о себе: CV, исповедь, несобственно-прямая речь, автобиография.
		Контрольная работа	Темы контрольных работ: 1. Поэзия как поле креатива. Параллелизм, отголоски дорефлективного традиционализма, синкретизм и его рецепция у современной публики. Экспериментирование с фольклором. Сказка и сказочный код, морфология сказки (В.Я. Пропп), сценарий сказки в современных текстах. Кумуляция и цикл как принципы сюжетостроения. 2. Драма как поле креатива. Катарсис и его типы. Фрейдистская модель творчества, сублимация. 3. Проза как поле креатива. Риторические основы дискурса, риторический канон (Аристотель, Квинтилиан, Цицерон), мнемонические стратегии, сообщение о сообщении (метатексты). Мнемоника как дискурсивная цель. Текст в тексте и текст о тексте. Металепсис. Хула (псогос, троллинг) и похвала. 4. Литературный канон: мировой, национальный, школьный, индивидуальный. Способы канонизации. «Вечные» сюжеты и образы в литературе и культуре. «Историй всего четыре», дискурс о любви, о человеке: стратегии упаковки, круг образов и концептуальных схем.
2	РАЗДЕЛ 2. Визуальная коммуникация фото и видео контента	Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий	Темы проектов: 1. Практика фотосъёмки и обработки изображений 2. Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж 3. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. Взаимодействие оператора, автора, режиссера 4. Практика съемки и видеомонтажа
		Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий	Темы проектов: 1. Базовые программы. Обработки фотографий. Тоновая и цветовая коррекция изображений. Работа со слоями. Слои-маски. Эффекты 2. Базовые инструментарии программы. Создания векторных изображений. Переведение растровых изображений в векторную графику. Работа со шрифтами и текстовыми объектами

			3. Базовые программы. Таймлиния. Эффекты и возможности программы. Рендер видеоролика, кодеки
3	РАЗДЕЛ 3. Требования к фонетическому строю аудиоконтента	Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий	Темы проектов: 1. Использование семплов и аудиодорожек 2. Использование плагинов и midi-дорожкек 3. Использование пресетови эффектов
		Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий	Темы проектов: 1. Сведение треков 2. Аранжировка трека 3. Создание музыкальной композиции
4	РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента	Контрольная работа	Темы контрольных работ: 1. Разработка идеи и целей проекта. 2. Составление портретов целевой аудитории проекта. 3. Планирование ресурсов и бюджета проекта. 4. Составление плана реализации проекта. 5. Распределение ролей в проекте. 6. Разработка стратегии продвижения проекта. 7. Проработка рисков. 8. Защита итогового проекта
		Защита медиапроекта, выполненного в рамках практических занятий	Темы медиапроектов: 1. Создание простого одностраничного сайта 2. Создание многостраничного сайта 3. Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ

. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-1	**Теоретическая часть:** 1. История фотографии. 2. Обработка изображений. 3. Монтаж как принцип экранного осмысления действительности. 4. Сопоставление кадров по Эйзенштейну и Гриффиту. 5. Понятие монтажный лист. 6. Последовательный монтаж ив иды прямых соединений. 7. Две схемы последовательного монтажа. 8. Линейный и нелинейный монтаж. 9. Драматургия и монтаж как выразительное средство. 10. Рождение образов. 11. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. 12. Взаимодействие оператора, автора, режиссера. 13. Виды соединений и принципы монтажа. 14. Монтажная фраза. 15. Раскадровка, аниматики. 16. Создание монтажных листов к этюдам и наблюдением. 17. Понятие режиссерский сценарий. 18. Ассоциативный монтаж. 19. Уровни ассоциаций в композиции произведения. 20. Параллельный монтаж. 21. Практика съемки и видеомонтажа. 22. Векторная и растровая графика. 23. Графические редакторы. 24. Монтажные программы. 25. Форматы и разрешение изображений. 26. Использование семплов и аудиодорожек 27. Использование плагинов и midi-дорожкек 28. Использование пресетови эффектов **Практическая часть:** Демонстрация и защита проектов/медиапроектов выполненного и защищенного на практических занятиях. Темы проектов: 1. Практика фотосъёмки и обработки изображений 2. Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж. 3. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. Взаимодействие оператора, автора, режиссера. 4. Практика съемки и видеомонтажа Темы медиапроектов: 1. Использование семплов и аудиодорожек 2. Использование плагинов и midi-дорожкек 3. Использование пресетови эффектов

ПК-3	**Теоретическая часть:** 1. Сведение треков 2. Аранжировка трека 3. Создание музыкальной композиции 4. Разработка идеи и целей проекта. 5. Составление портретов целевой аудитории проекта. 6. Планирование ресурсов и бюджета проекта. 7. Составление плана реализации проекта. 8. Распределение ролей в проекте. 9. Разработка стратегии продвижения проекта. 10. Проработка рисков. 11. Защита итогового проекта 12. Основные целевые установки речи. 13. Кретиавный дискурс и ложь: проблемы разграничения. 14. Сенекианская модель творчества. 15. Платоновская модель творчества. 16. Аристотелевская модель творчества. 17. Фрейдистская модель творчества. 18. Поэзия как поле креатива. Параллелизм, синкретизм. 19. Драма как поле креатива. Катарсис. 20. Проза как поле креатива. 21. Канон как проблема. 22. Вечные образы, вечные сюжеты. 23. Сказка как тип нарратива, морфология сказки. 24. «Нанонарративы» и их особенности. 25. Здравый смысл и остроумие как нарративные проблемы. 26. Эго-тексты как нарративная проблема. 27. Мнемонические стратегии и практики. 28. Пуант как проблема, новеллистический и анекдотический дискурс. **Практическая часть:** Демонстрация и защита проектов и медиапроектов выполненных и защищенного на практических занятиях. Темы проектов: 1. Базовые программы. Обработки фотографий. Тоновая и цветовая коррекция изображений. Работа со слоями. Слои-маски. Эффекты 2. Базовые инструментарии программы. Создания векторных изображений. Переведение растровых изображений в векторную графику. Работа со шрифтами и текстовыми объектами 3. Базовые программы. Таймлиния. Эффекты и возможности программы. Рендер видеоролика, кодеки 4. Создание простого одностраничного сайта 5. Создание многостраничного сайта 6. Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ Темы медиапроекта: 1. Сведение треков 2. Аранжировка трека 3.Создание музыкальной композиции

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Определение понятия и инструментарий BTL	Защита практического задания	Содержание практического задания: Осуществить анализ контента коммуникационного мероприятия BTL коммуникации Осуществить Контент-анализ материалов в СМИ о проведении коммуникационного мероприятия BTL коммуникации
2	РАЗДЕЛ 2. Реализация BTL-коммуникации	Защита практического задания	Содержание практического задания: Представить План-график осуществления BTL- коммуникации (по нескольким каналам) Организовать и провести опросов/промо-акций/ специальное мероприятие (на выбор) Продемонстрировать тактику координации информационного процессов (на выбор)
3	РАЗДЕЛ 3. Новые подходы к интегрированным маркетинговым коммуникациям с позиций BTL	Защита практического задания	Содержание практического задания: Осуществить и продемонстрировать оценку качества коммуникации бренда в социальных сетях по методике профессора Д. Шевченко (объект анализа выбрать самостоятельно, согласовав с преподавателем)

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-5	1. Характеристика ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации Д. Шевченко. 2. Исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко. 3. Оценка качества коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко 4. Методология исследования оценки качества коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко 5. Методика исследований коммуникации бренда в социальных сетях по Д. Шевченко 6. Понятие и общая характеристика BTL-коммуникации 7. Классификации BTL-коммуникации. 8. Основные этапы BTL-коммуникации. 9. Организационные вопросы проведения BTL-мероприятия. 10. Подготовительный этап BTL-мероприятия. 11. Разработка стратегического плана. 12. Виды и особенности стратегий BTL-коммуникации. 13. Тактическое планирование. Виды тактических планов. 14. Разновидности календарного планирования. 15. Проблема составления бюджета BTL-мероприятия и PR-кампании. 16. Организация оперативного контроля проведения BTL-мероприятия. 17. Корректировка текущих проектов. 18. Контроль за бюджетом BTL-мероприятия. 19. Характеристика методики определения промежуточных итогов BTL-мероприятия. 20. Характеристика методики анализа BTL-коммуникации. 21. Анализ итогов BTL-мероприятия. 22. Сущность и понятие «BTL коммуникации» 23. BTL-инструменты 24. Место BTL-инструментов в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций 25. Директ-маркетинг в системе в маркетинговых коммуникаций 26. Почтовые рассылки как инструмент воздействия на целевую аудиторию 27. Адресные и безадресные рассылки. Организация рассылки, адресные базы данных, брокеры, покупка базы 28. Подготовка материалов, написание письма 29. Торговля по каталогу 30. Телемаркетинг в системе директ-маркетинговых инструментов. Телемаркетинг входящий и исходящий 31. Телемаркетинг в исследованиях целевых потребителей\клиентов 32. Директ-маркетинговые акции – B2C и B2B 33. Одноступенчатые и многоступенчатые маркетинговые акции 34. Виды продвижения в местах продаж

	35. Мерчандайзинг: выкладка товара и реклама в местах продаж 36. Организация акций в местах продаж: виды, цели и задачи, механика, бюджет, оценка эффективности 37. Организация sales promotions (промо-акции, стимулирующие продажи) и brand promo's (имиджевых мероприя 38. Сэмплинг 39. Программы «Mystery shopping», «Таинственный покупатель» 40. Комплексный подход к продажам продуктовой категории в розничной точке (категорийный менеджмент) 41. Формирование атмосферы в местах продаж 42. Сенсорный маркетинг 43. Технологии арома-маркетинга и аудио-маркетинга 44. Событийный маркетинг 45. Партизанский маркетинг – цели, виды, механика, возможности и угрозы 46. Особенности работы с подрядчиками и партнерами 47. Использование потребителей в ретрансляции промо-активности 48. Сетевые инструменты BTL-продвижения: вирусный Маркетинг 49. Комплексные программы работы с клиентами: цели и задачи, стратегия, план действий 50. Клубы лояльности и программы лояльности – история развития и современный подход 51. Развитие компьютерных технологий-маркетинг баз данных, big data («большие цифры») при принятии маркетинговых решений 52. CRM управление отношениями с клиентами 53. Интегрированные TTL 54. Базовые подходы и технологии реализации эффективных TTL-стратегий 55. Маркетинговые коммуникации и брендинг 56. Стратегия бренда: долгосрочное и краткосрочное планирование маркетинговых коммуникаций 57. Дефиниция понятия «BTL коммуникации». Контекст развития BTL-инструментов. 58. Место BTL-инструментов в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций. 59. BTL: функции, задачи, виды 60. Инструменты продвижения (каналы) BTL-коммуникации 61. Связи с общественностью (PR): содержание категории, инструменты продвижения (каналы) 62. Стимулирование сбыта (Promotion): содержание категории, инструменты продвижения (каналы) 63. Прямой маркетинг (Direct marketing): содержание категории, инструменты продвижения (каналы) 64. Сетевые инструменты BTL-продвижения: вирусный маркетинг, программы лояльности, 65. управление сообществами клиентов, CRM 66. Отраслевые и региональные особенности проведения коммуникационных кампаний

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков**	Тестирование	1 Комплекс маркетинга не включает: 1) товар; 2) контроль; 3) цену; 4) распределение. 2 Рынок можно классифицировать: а) по объекту товарного обмена; б) по степени ограничения конкуренции; в) по отношению к региональным особенностям; г) по количеству товара на рынке. 3 По объекту товарного обмена рынок классифицируется на: а) товарный; б) внутренний; в) свободный; г) финансовый. 4 По степени ограничения конкуренции рынок классифицируется на: а) монополистический; б) совершенной конкуренции; в) олигополистический; г) смежный. 5 Совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих функционирование рыночных отношений, это а) конъюнктура рынка; б) ёмкость рынка; в) инфраструктура рынка; г) доля рынка. 6 К одной классификационной группе относятся: а) региональный маркетинг; б) международный маркетинг;

			в) маркетинг услуг; г) микро-маркетинг; д) стратегический маркетинг. 7 Современный подход к осуществлению маркетинговой деятельности основан на: а) удовлетворении потребностей потребителей через достижение целей компании; б) максимальном удовлетворении потребностей потребителей; в) получении большей прибыли, чем конкуренты; г) достижении целей компании через удовлетворение потребностей потребителей; д) комплексном подходе использования инструментов маркетинга. 8 Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого: а) посредника; б) сегмента рыка; в) рынка в целом; г) непосредственного конкурента; д) товара. 9 Анализ, планирование, реализация и контроль программ, разработанных для формирования и сохранения выгодных отношений с целевыми покупателями ради достижения целей организации, управление… а) маркетингом; б) организацией; в) поведением потребителей; г) предложением; д) общественным мнением. 10 Общими критериями сегментирования для потребительских и промышленных рынков являются: а) юридический; б) демографический; в) поведенческий; г) технологический; д) ситуационный. 11 Идея социально-этического маркетинга выражается: а) в создании высококачественных товаров с особыми характеристиками; б) в учете долговременных интересов общества; в) в производстве товаров с минимальными общественно необходимыми издержками; г) все ответы верны.

			12 Основой концепции социально-этичного маркетинга являются идеи: а) получения прибыли; б) благосостояния человечества; в) удовлетворения потребностей; г) гармонии с природой; д) оптимизации производства. 13 Стимулирующий маркетинг необходимо применять при: е) отрицательном спросе; ж) падающем спросе; з) чрезмерном спросе; и) отсутствии спроса. 14 Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности – увеличение продаж за счет: а) использования интенсивных технологий производства; б) проведения маркетинговых исследований; в) развития сбытовых сетей; г) внедрения ресурсосберегающих технологий. 15 С чем связан синхромаркетинг? а) с колеблющимся спросом; б) с отсутствующим спросом; в) со снижающимся спросом. 16 Поддерживающий маркетинг применяют, если: а) спрос равен предложению; б) спрос больше предложения; в) спрос меньше предложения. 17 Какая страна, по мнению Питера Друкера, является родиной маркетинга? а) США; б) Япония; в) Англия; г) Древний Египет; д) Франция; е) Италия. 18 Второй этап развития маркетинга характеризуется как: а) период ориентации на клиента; б) проблемы организации сбыта за счет интенсификации коммерческих усилий;

			в) бессистемность и эпизодичность решений отдельных маркетинговых задач. 19 В какой период развитие маркетинга в России стало наиболее активным? а) в начале XX века; б) с 70-х гг. XX века; в) с 90-х гг. XX века. 20 Четыре блока комплексных функций маркетинга составляют: а) аналитическая, производственная, товарная, сбытовая функции; б) управленческая, аналитическая, товарная, производственная; в) производственная, аналитическая, сбытовая, функция управления и контроля. 21 Выберите наиболее четкое и полное определение понятия «потребитель»: а) гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности; б) лицо или организация, потребляющие продукты чьего-либо производства; в) все, кто покупают и используют товары или услуги. 22 Тип маркетинга, реализуемый при негативном состоянии спроса: а) поддерживающий; б) развивающий; в) демаркетинг; г) ремаркетинг
2	**Раздел 2. Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности**	Тестирование	1 Выбор целевого рынка – это: а) неконтролируемый фактор; б) фактор, управляемый высшим руководством предприятия; в) фактор, определяемый службой маркетинга. 2 Какие из факторов, представленных ниже, являются контролируемыми? а) потребители; б) правительство; в) роль маркетинга в деятельности фирмы; г) экономика; д) конкуренция. 3 Маркетинговая среда предприятия является: к) частью его микросреды; л) частью макросреды; м) совокупностью микро- и макросреды;

			н) одним из элементов комплекса маркетинга. 4 Контактные аудитории – это: а) структурные подразделения предприятия; б) субъекты, которые поставляют предприятию товары; в) субъекты, которые покупают товары предприятия; г) субъекты, которые могут оказать влияние на способность пред- приятия достигать поставленных целей. 5 К маркетинговым посредникам не относятся: а) торговые посредники; б) транспортные фирмы; в) рекламные агентства; г) банки и кредитные компании; д) верного ответа нет. 6 Руководство предприятия зачастую не участвует в принятии решений, которые касаются: а) роли маркетинга; б) корпоративной культуры; в) выбора рекламного носителя; г) общих целей предприятий. 7 К неконтролируемым факторам среды маркетинга относятся: а) экономика, потребители, СМИ, технология, производимые товары; б) экономика, технология, конкуренты, характеристики потребителей; в) политика, конкуренты, поставщики, покупатели; г) верного ответа нет. 8 К видам потребительских рынков не относится: а) рынок потребителей; б) рынок производителей; в) рынок оптовиков; г) рынок государственных учреждений; д) рынок ресурсов для производства. 9 К каким факторам макросреды фирмы относится обеспеченность национального производства сырьем? а) демографическим; б) экономическим; в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим;

			е) политико-правовым. 10 К каким факторам макросреды фирмы относится этническая и религиозная структура населения? а) демографическим; б) экономическим; в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим; е) политико-правовым. 11 К каким факторам макросреды фирмы относится динамика и структура потребления? а) демографическим; б) экономическим; в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим; е) политико-правовым. 12 Размер затрат на НИОКР относится к … факторам макросреды фирмы: а) демографическим; б) экономическим; в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим; е) политико-правовым. 13 Состояние законодательства, регулирующего экономическую деятельность, относится к … факторам макросреды фирмы: а) демографическим; б) экономическим; в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим; е) политико-правовым. 14 Степень подверженности общественного сознания влиянию внешней среды относится к … факторам макросреды фирмы: а) демографическим; б) экономическим;

			в) природным; г) социально-культурным; д) научно-техническим; е) политико-правовым.
3	**Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в отраслях производственной сферы**	Тестирование	1 Любая деятельность по продаже товаров и услуг непосредственно конечному потребителю, причем совершенно неважно, как продаются товары, – путем личной продажи, по почте, телефону или через торговый автомат, – это 1) оптовая торговля; 2) розничная торговля; 3) прямые продажи; 4) смешанная торговля. 2 Закупки товарно-материальных ресурсов не включают: 1) поиск источников поставок; 2) заказ на поставку; 3) транспортировку; 4) складирование в соответствии с правилами хранения. 3 Обоснованность товарного ассортимента конкретного предприятия определяется факторами, зависящими: а) от внутренних возможностей фирмы; б) от внешних возможностей фирмы; в) от розничной торговли; г) от оптовой торговли. 4 Показатель рентабельности фирмы рассчитывается, как: 1) Отношение прибыли к конечной стоимости оборотных средств; 2) Отношение затрат к прибыли; 3) Отношение затрат к среднегодовой стоимости оборотных средств; 4) Отношение прибыли к затратам. 5 Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем: 1) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи; 2) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для личного потребления; 3) покупателями оптовой торговли являются только организации; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет. 6 Что не относится к функциям розничной торговли? 1) через розничную торговлю производитель получает информацию о

			спросе на товар, являясь наиболее чувствительным индикатором регулирования объемов производства; 2) через розничную торговлю происходит освоение новых рынков и осуществляется продвижение новых товаров; 3) розничная торговля выполняет рекламные функции товара производителя; 4) закупка и формирование товарного ассортимента, закупка товаров самого широкого ассортимента в больших количествах у разных товаропроизводителей. 7 Классификация предприятий розничной торговли включает: 1) магазин самообслуживания; 2) магазин со свободным отбором товара; 3) магазин традиционной торговли; 4) магазин целенаправленной торговли. 8 Первичное звено торговли, ее самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, созданный для закупки, хранения, реализации товаров и предоставления разного рода сопутствующих услуг в целях удовлетворения потребностей рынка и получаемой прибыли, – это: 1) торговое предприятие; 2) коммерческое предприятие; 3) муниципальное предприятие; 4) предприятие сферы услуг. 9 К какому классификационному признаку относятся супермаркет, гастроном и гипермаркет? 1) размер торговой площади; 2) тип здания и особенности его объемно-планировочного решения; 3) валовая прибыль и оборачиваемость товарно-материальных запасов. 10 По особенностям устройства розничные торговые предприятия подразделяют на: 1) магазин-склад; 2) гипермаркет; 3) павильон; 4) киоск; 5) супермаркет. 1 Укажите наиболее важное отличие промышленного рынка от потребительского: а) на промышленном рынке у продавцов и покупателей нет тесной взаимосвязи; б) на промышленном рынке действуют компании и организации, которые не являются только продавцами или только покупателями;

			в) потребительский рынок характеризуется меньшим числом покупателей, однако закупающих продукцию в большем количестве; г) на потребительском рынке покупатели активны в выборе товара среди конкурирующих марок. 2 Расположите в правильном порядке стадии, которые включает в себя развитие отношений между деятелями промышленного рынка а) неопределенность в выполнении обязательств; б) совокупная дистанция между партнерами; в) затраты на различные виды адаптаций; г) опыт отношений. 3 Промышленный рынок представляет собой совокупность взаимоотношений между такими деятелями рынка, как… а) индивидуалы – агенты, брокеры, и т.п.; б) банки, государственные органы; в) производители, посредники, потребители; г) фирмы, предлагающие услуги и т.д.; д) все ответы верны. 4 С какой целью взаимодействуют между собой деятели промышленного рынка? а) организация прямого взаимодействия с конечными потребителями продукции; б) получение определенного эффекта в форме прибыли; в) налаживание партнерских отношений; г) удовлетворение потребностей клиентов. 5 Как деятели промышленного рынка взаимодействуют между собой? а) вступают в отношения конкурентной борьбы и т.п.; б) обмениваются информацией о развитии тех или иных процессов на интересующем рынке; в) подписывают соглашения о совместной деятельности, о кооперированных поставках продукции, о научно-техническом сотрудничестве, купле-продаже различных товаров; г) все ответы верны. 6 Промышленных деятелей отличает… а) особых отличий не наблюдается; б) острая конкурентная борьба; в) применение в своей деятельности элементов партизанского маркетинга; г) коллективная, целеустремленная деятельность, результатом которой является размер полученной прибыли.
4	**Раздел 4. Маркетинговые**	Тестирование	1. Каким американским ученым было предложено следующее определение: «Услуга – это изменение состояния лица или товара, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой»?

	коммуникации сферы услуг		1) Ф. Котлером; 2) Г. Хиллом; 3) И. Ансоффом; 4) Л. Доттсоном. 2. Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо – это: 1) поставка; 2) услуга; 3) покупка; 4) продажа. 3. В чем заключается отличие услуг от товаров? 1) неосязаемость; 2) неразрывность; 3) неспособность к перемещению; 4) изменчивость качества услуг и потребления. 4. К какому классу услуг относятся следующие сферы: здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты, спортивные заведения, кафе? 1) Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты; 2) Неосязаемые действия с неосязаемыми активами; 3) Осязаемые действия, направленные на тело человека; 4) Нет верного ответа. 5. Какие сферы услуг относятся классу «неосязаемые действия, направленные на сознание человека»? 1) страхование; 2) консультационные услуги; 3) образование; 4) театр. 6. Какие сферы услуг относятся к классу «неосязаемые действия с неосязаемыми активами»? 1) ресторан; 2) охрана; 3) радио; 106 4) банки.

			7. Каких разработок маркетинговых решений по сбалансированности спроса и предложения требует «неспособность услуг хранения»? 1) организация предварительных заказов; 2) установление недифференцированных скидок; 3) установление дифференцированных цен; 4) обучение партнеров совмещению функций. 8. Что применяют для уменьшения изменчивости услуг? 1) стандарты обслуживания; 2) наличие конкуренции; 3) стандарты качества; 4) диверсификация. 9. Комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов – это 1) книга жалоб и предложений; 2) стандарты обслуживания; 3) стандарты качества; 4) должностные инструкции персонала. 10. Ключевыми словами в маркетинге услуг являются: 1) польза и выгода; 2) цена и товар; 3) место и время; 4) стоимость и качество. 1. Какой из классификаций образовательных услуг соответствуют, гуманитарные, технические, широкопрофильные признаки? 1) по форме собственности учреждений, предоставляющих её; 2) по степени фундаментальности; 3) по форме оказания; 4) по количеству приобретателей; 2. К функциям образовательных учреждений не относятся: 1) обучение, т.е. оказание услуг по приобретению знаний, умений и навыков; 2) производство и оказание сопутствующих ОУП, воспитание студентов; 3) оказание информационно-посреднических услуг абитуриентам, студентам, работодателям, согласование с ними условий будущей работы, источников финансирования ОУП; 4) создание привлекательного имиджа студентов и выделение одного студента из массы других обучающихся.

			3. Способность противостоять на рынке другим образовательным учреждениям как по степени удовлетворения своими образовательными услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности научно-образовательной деятельности – это: 1) конкурентоспособность образовательного учреждения; 2) противостояние образовательного учреждения; 3) эффективность работы образовательного учреждения; 4) рынок образовательных услуг. 4. В системе обеспечения конкурентоспособности вузов выделяют: 1) внешние; 2) внутренние; 3) коммерческие; 4) некоммерческие. 5. К внешним факторам конкурентоспособности образовательного учреждения относят: 1) социально-демографические; 2) научно-технические; 3) систему управления финансами; 4) наличие и полноту использования информационных ресурсов. 6. Взаимодействие спроса на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) с их предложением, которое обеспечивают различные образовательные учреждения, – это: 1) рынок образовательных услуг 2) конкурентоспособность образовательных услуг 3) рынок маркетинговых исследований образовательных услуг 4) рынок маркетингового консалтинга 7. Оказание образовательных услуг не классифицируется: 1) по форме собственности учреждений, предоставляющих её; 2) по форме оказания услуг; 3) по количеству приобретателей; 4) по месту оказания услуг. 8. Образовательные услуги по форме оказания классифицируются на: 1) коммерческие; 2) некоммерческие; 3) дневные; 4) заочные. 9. Расчёт верхнего предела цены для покупателя (абитуриент,

			посредник, организация) на рынке образовательных услуг характеризуется следующими показателями: 1) выигрыш от полученных знаний; 2) период старения знаний; 3) длительность обучения; 4) потери из-за отвлечения на учёбу; 5) все ответы верны; 6) нет верного ответа. 10. Расчет нижнего предела цены для продавца (учебное заведение) на рынке образовательных услуг, характеризуется следующими показателями: 1) период старения знаний; 2) длительность обучения; 3) численность преподавателей; 4) все ответы верны; 5) нет верного варианта ответа.
5	**Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в отраслях непроизводственной сферы**	Тестирование	1. Любая деятельность по продаже товаров и услуг непосредственно конечному потребителю, причем совершенно неважно, как продаются товары, – путем личной продажи, по почте, телефону или через торговый автомат, – это 1) оптовая торговля; 2) розничная торговля; 3) прямые продажи; 4) смешанная торговля. 2. Закупки товарно-материальных ресурсов не включают: 1) поиск источников поставок; 2) заказ на поставку; 3) транспортировку; 4) складирование в соответствии с правилами хранения. 3. Обоснованность товарного ассортимента конкретного предприятия зависит от факторов: 1) от внутренних возможностей фирмы; 2) от внешних возможностей фирмы; 3) от факторов розничной торговли; 4) от факторов оптовой торговли. 4. Показатель рентабельности фирмы рассчитывается как: 1) отношение прибыли к конечной стоимости оборотных средств; 2) отношение затрат к прибыли; 3) отношение затрат к среднегодовой стоимости оборотных средств;

			4) отношение прибыли к затратам. 5. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем: 1) покупателями оптовой торговли не является частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи; 2) покупателями оптовой торговли не является частные лица, приобретающие товар для личного потребления; 3) покупателями оптовой торговли являются только организации; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет. 6. К функциям розничной торговли не относится: 1) через розничную торговлю производитель получает информацию о спросе на товар, являясь наиболее чувствительным индикатором регулирования объемов производства; 2) через розничную торговлю происходит освоение новых рынков и осуществляется продвижение новых товаров; 3) розничная торговля выполняет рекламные функции товара производителя; 4) закупка и формирование товарного ассортимента, закупка товаров самого широкого ассортимента в больших количествах у разных товаропроизводителей. 7. Классификация предприятий розничной торговли включает: 1) магазин самообслуживания; 2) магазин со свободным отбором товара; 3) магазин традиционной торговли; 4) магазин целенаправленной торговли. 8. Первичное звено торговли, ее самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, созданный для закупки, хранения, реализации товаров и предоставления разного рода сопутствующих услуг в целях удовлетворения потребностей рынка и получаемой прибыли, – это: 1) торговое предприятие; 2) коммерческое предприятие; 3) муниципальное предприятие; 4) предприятие сферы услуг. 9. По какому классификационному признаку выделяют супермаркет, гастроном и гипермаркет? 1) размер торговой площади; 2) с учетом типа здания и особенностей его объемно-планировочного решения; 3) классификация по валовой прибыли и оборачиваемости товарно-материальных запасов.

			10. По особенностям устройства розничные торговые предприятия подразделяют на: 1) магазин-склад; 2) гипермаркет; 3) павильон; 4) киоск; 5) супермаркет. 1. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем: а) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, при- обретающие товар для последующей перепродажи; б) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, при- обретающие товар для личного пользования; в) покупателями оптовой торговли являются только организации; г) все ответы верны; д) правильного ответа нет. 2. Какой из видов деятельности относится к оптовой торговле? а) приобретение ящика яблок на овощной базе для заготовок на зиму; б) проведение переговоров брокера с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона одной из строительных организаций; в) проведение фирмой банкета на 150 персон с полным обслуживанием в кафетерии; г) все ответы верны; д) правильного ответа нет. 3. Какому агенту соответствует функция, согласно которой он может работать на нескольких производителей, иметь дело с неконкурирующими дополняющими товарами с исключительным правом сбыта на определенной территории? а) дилер; б) сбытовой агент; в) коммивояжер; г) она вообще не относится к функции агента. 4. Одновременная оптовая и розничная торговля товарами используется, если: а) рынок охватывает большую территорию; б) разница между продажной ценой и себестоимостью невысока; в) все потребители расположены на небольшой территории; г) цена на товар часто меняется. 5. Обоснованность товарного ассортимента конкретного предприятия зависит от:

			а) внутренних возможностей фирмы; б) внешних возможностей фирмы; в) факторов розничной торговли; г) факторов оптовой торговли. 6. Показатель рентабельности фирмы рассчитывается как: а) отношение прибыли к конечной стоимости оборотных средств; б) отношение затрат к среднегодовой стоимости оборотных средств; в) отношение прибыли к затратам.
6	**Раздел 6. Маркетинг Территорий и Международный**	Тестирование	1. Комплекс маркетинга территории включает… а) управление предприятием; б) выбор условий реализации товара; в) распределение, продвижение; г) территориальный продукт, цена; д) анализ данных о спросе на товары. 2. Макросреда маркетинга территории – это … а) общие условия среды нахождения предприятия; б) силы, не влияющие на деятельность предприятия; в) внутренняя среда; г) демографические, экономические, научно-технические, природные, социально-культурные, политико-правовые факторы; д) культура предприятия. 3. Назовите основную функцию маркетинга территории: а) аналитическая; б) сбытовая; в) управления; г) производственная. 4. Микросреда маркетинга территории включает … а) потребителей ресурсов территории; б) демографические факторы; в) экономические факторы; г) природные факторы; д) контактные аудитории; н) научно-технические факторы. 5. Объектами территориального маркетинга являются: а) город; б) предприятие; в) поселок;

			г) население; д) регион. 6. К факторам, способствующим появлению маркетинга в государ- ственной и муниципального сфере, относятся: а) бюрократизм аппарата власти; б) увеличение доходов населения; в) увеличение численности населения; г) рост числа политических партий; д) сокращение финансирования муниципальных проектов. 7. К особенностям городского образа жизни относится: а) низкая стоимость жизни и земли; б) высокая плотность населения; в) немногочисленность СМИ; г) наличие транспортной и деловой инфраструктуры. 8. К элементам городских маркетинговых коммуникаций относятся: а) городские награды; б) товары, производимые предприятиями города; в) инфраструктура города г) гимн; д) флаг. 9. Позиционирование региона – это … а) наличие территориальных ресурсов; б) целенаправленное формирование, позитивное развитие и продвижение имиджа страны; в) это действия, направленные на обеспечение региону конкурентоспособного положения на рынке; г) мнение потребителей по важнейшим параметрам региона. 10. Ключевой аспект деятельности в страновом маркетинге – это … а) управление территориальными ресурсами; б) целенаправленное формирование, позитивное развитие и продвижение имиджа страны; в) продажа товаров и оказание услуг туристам; г) управление рынком; д) стимулирование спроса на реализуемые товары и оказываемые услуги. 11. Маркетинг муниципального образования – это … а) вид маркетинга, осуществляемый в пределах территории и ориентированный на внутренних субъектов; б) ориентация производителя услуг на получение прибыли, поступающей от внутренних и внешних субъектов; в) использование принципов и методов маркетинга для оказания

			влияния на целевую аудиторию с целью убеждения добровольно принять, отвергнуть и модифицировать или прекратить определенное поведение в интересах отдельных людей, групп или общества в целом; г) это деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания и изменения общественного мнения, намерений и поведения субъектов, внешних по отношению к данной территории. 12. К особенностям сельского образа жизни относится: а) низкая стоимость жизни и земли; б) высокая плотность населения; в) немногочисленность СМИ; г) наличие транспортной и деловой инфраструктуры. 13. Деловой имидж страны (города) – это … а) уровень экономического роста; б) уровень образованности; в) ВНП на душу населения; г) уровень обеспеченности населения ресурсами; д) политическая и экономическая стабильность. 1. Международный маркетинг – это… 1) комплекс мероприятий фирмы по реализации внешнеэкономической деятельности за пределами своей страны; 2) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса; 3) система планирования, реализации контроля и анализа мероприятий по воздействию на рыночную среду и приспособлению к ее условиям на фирме, которая осуществляет свою деятельность более чем в одной стране; 4) отрасль современного маркетинга, научная дисциплина, изучающая особенности маркетинговой деятельности организаций, вовлеченных в предоставление услуг. 2. Основными задачами международного маркетинга являются: 1) обеспечение эффективной международной деятельности; 2) создание и расширение сети сбыта; 3) возможность устранения импортных ограничений; 4) снижение затрат по охране окружающей среды; 5) все ответы верны. 3. Применительно к международному маркетингу в окружающей среде целесообразно разделение на такие сферы, как: 1) экономическую, социально-культурную, политико-правовую и природную; 2) географическую, материальную, экономическую;

			3) политико-правовую, географическую, экономическую, материальную; 4) социально-культурную, экономическую, природную, географическую. 4. Виды исследований, встречающиеся в мировой практике: 1) исследование рынка; 2) исследование сбыта; 3) экономический анализ; 4) исследование рекламы; 5) изучение покупательского поведения; 6) все ответы верны. 5. Упорядочите фазы, входящие в международное исследование: 1. А – постановка проблемы; 2. Б – обобщение результатов; 3. В – подготовка отчета; 4. Г – разработка дизайна маркетингового исследования; 5. Д – сбор данных. 6. К основным этапами принятия решений по выходу фирмы на международный рынок не относится: 1) анализ деятельности предприятия на внутреннем рынке; 2) анализ состояния внешнего рынка; 3) разработка системы распределения рабочей силы и коммуникаций; 4) анализ конкуренции на внешнем рынке; 5) оценка результатов и корректировка программ в сфере международного маркетинга. 7. Какие основные связующие звенья между продавцом и конечным покупателем при международном маркетинге? 1) служба международного маркетинга в штаб-квартире продавца 2) международные каналы 3) внутригосударственные каналы 4) все ответы верны 8. К основным факторам, которые оказывают влияние на выбор варианта способа вхождения на внешний рынок, не относятся: 1) скорость вхождения на рынок; 2) гибкость и возможность учета в деятельности на рынке законодательства страны, где расположен рынок; 3) наличие недовыполненных обязательств компании перед имеющимися партнерами, агентами и дистрибьюторами в случае собственной дистрибьюторской сети для выхода на более привлекательный рынок; 4) повышение надежности и предпринимательской деятельности в условиях неустойчивого валютного курса;

			5) создание и расширение сети сбыта. 9. В зависимости от техники проведения исследования, состава информации, способов ее получения и использования маркетинговые исследования во внешнеэкономической сфере можно применять: 1) кабинетные исследования; 2) полевые исследования; 3) фундаментальные исследования; 4) экспертизу. 10. Постановка проблемы в международном исследовании заключается: 1) в подготовке и выборе организации для проведения вторичных исследований; 2) в координации проекта и ограничении локальных ошибок исследования; 3) в согласовании с дочерними фирмами и центральным предприятием, в поиске организации для проведения исследования; 4) в анализе сравнимости и оценке отклонений.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Функции маркетинга на промышленном предприятии. 2. Анализ внешней среды маркетинга в промышленности 3. Анализ внутренней среды промышленного предприятия. 4. Организация производства новых товаров. 5. Управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции на промышленном предприятии. 6. Организация системы товародвижения промышленных товаров. 7. Формирование товарной политики на промышленном предприятии 8. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга на 9. Особенности маркетинга в агробизнесе. 10. Особенности рынков в сфере агробизнеса 11. Тенденции спроса и предложения на рынке сельскохозяйственной продукции. 12. Особенности ценообразования в агробизнесе. 13. Риски в агробизнесе. 14. Комплекс маркетинга в агробизнесе. 15. Характеристика сферы услуг 16. Определение услуги. Основные свойства и особенности услуг. 17. Классификация услуг. 18. Аналитическая функция маркетинга в сфере услуг. 19. Окружающая среда предприятий сферы услуг: макро- и микросреда. 20. Стратегии управления спросом на услугу. 21. Комплекс маркетинга в сфере услуг. 22. Основные направления и задачи маркетинговой деятельности в торговле. 23. Основы теории покупок. 24. Структура акта купли-продажи. 25. Маркетинг в оптовой и розничной торговле. 26. Мерчандайзинг. 27. Развитие и структура банковской системы в России. 28. Сегментирование рынка банковских услуг. 29. Стратегическое и тактическое планирование банковского маркетинга. 30. Специфика товара "банковская услуга". 31. Организация маркетинга в банке. 32. Система сбора, обработки и использования информации в банке. 33. Эволюция банковской сферы в мире и в России. 34. Комплекс маркетинга в банковском маркетинге. 35. Сущность, роль и значение страхования. 36. Методы и инструменты маркетинга на рынке страховых услуг. 37. Маркетинговые исследования в страховом бизнесе. 38. Особенности сегментирования рынка страховых услуг. 39. Особенности развития страхового рынка. 40. Функции маркетинга в страховании. 41. Комплекс маркетинга в страховании. 42. Задачи и функции маркетинга на рынке строительных услуг.

	43. Маркетинговые исследования и сегментирование рынка строительной продукции. 44. Реализация маркетинга производственного и жилищного строительства. 45. Тенденции рынка недвижимости. 46. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга в строительстве. 47. Реализация функций маркетинга в строительном бизнесе 48. Характеристика гостиничного бизнеса. 49. Состав и характеристика элементов комплекса маркетинга гостиничного сервиса. 50. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса. 51. Особенности сегментирования рынка в гостиничной индустрии. 52. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере. 53. Факторы, влияющие на развитие рынка туризма. 54. Виды туризма. 55. Цели и задачи маркетинга в туризме. 56. Маркетинг-микс туристского бизнеса. 57. Участники электронного рынка. 58. Электронный бизнес и электронная коммерция. 59. Маркетинговые исследования в Интернете. Маркетинг-микс в Интернете. 60. Специфика маркетинговых коммуникаций в Интернете. 61. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функционирование. 62. Объекты, содержание и функции маркетинга на рынке образовательных услуг и продуктов. Маркетинговая информация, необходимая для принятия управленческих решений в сфере образования. 63. Комплекс маркетинга в образовании. 64. Характеристика рынка нефтехимической отрасли 65. Комплекс маркетинга в нефтехимической отрасли 66. Особенности маркетинга в нефтехимической отрасли 67. Раскройте содержание понятия «промышленный маркетинг». 68. Дайте определение промышленного маркетинга. 69. Каким образом классифицируется продукция производственно-технического назначения? 70. В чем заключаются особенности спроса на ППТН? 71. Дайте определение промышленного рынка. 72. Назовите общие особенности промышленных рынков. 73. Назовите общие особенности промышленных покупателей. 74. Каковы характерные черты разработки и реализации стратегии промышленного маркетинга? 75. Какие методы ценообразования используются на промышленных рынках? 76. В чем заключаются особенности организации сбыта товаров производственно-технического назначения? 77. В чем заключаются особенности организации сбыта сырьевых товаров? 78. Назовите основные принципы организации службы маркетинга на промышленном предприятии. 79. Дайте определение агропромышленного маркетинга. 80. Назовите цели, задачи и разновидности агропромышленного маркетинга. 81. Назовите основные отличительные особенности агромаркетинга. 82. Перечислите виды рынков АПК и их признаки.

	83. В чем заключаются маркетинговые проблемы в сельском хозяйстве? 84. Опишите систему агромаркетинга. 85. Опишите структуру и задачи маркетинговой службы 86. сельскохозяйственного предприятия. 87. Дайте определение продовольственного маркетинга и 88. назовите факторы, воздействующие на него.) 89. Что собой представляет маркетинг сферы обращения? 90. Каковы его основные цели? 91. Назовите субъекты сферы обращения. 92. Как формируется рынок сбыта? Какие ограничения на него влияют? 93. Какие показатели и факторы влияют на оценку 94. перспективности рынка сбыта? 95. Опишите структуру системы распределения (дистрибьюции) предприятия-продавца, стратегию и политику сбыта. 96. Опишите механизм принятия решений о каналах распределения. Какие критерии при этом надо принимать во внимание? 97. Дайте определение оптовой торговли. 98. Как классифицируются предприятия оптовой торговли? 99. Опишите формы оптовой торговли. 100. Каковы задачи маркетинга в оптовой торговле? 101. Какие сферы охватывают маркетинговые исследования 102. оптового предприятия? 103. Охарактеризуйте контактные аудитории ВУЗа. 104. Каковы особенности элементов комплекса маркетинга 105. ВУЗа? 106. Дайте определение страхового рынка. В чем состоит специфика страховой услуги? 107. Каковы особенности страховой услуги? 108. Дайте определение страхового маркетинга. 109. Охарактеризуйте особенности исследования спроса на страховом рынке. 110. Опишите свойства страховых продвижение на рынок. 111. В чем состоят особенности комплекса маркетинга в страховании? 112. Как определяется круг задач маркетинга при выходе предприятия на международный рынок? 113. Как специалист по маркетингу определяет возможности своего предприятия по импорту (экспорту) продукта? 114. Как решаются проблемы по организации производства продукта в зарубежной стране? 115. Какие проблемы возникают при продукта из страны в страну? 116. Как решаются финансовые и юридические проблемы международного маркетинга? 117. Расскажите о структуре маркетинговых исследований международного рынка. 118. Что такое маркетинг закупок? Какие задачи он выполняет? 119. В чем состоят особенности коммуникативной политики оптового предприятия? 120. Раскройте определение и содержание мерчендайзинга. 121. Дайте определение розничной торговли. Какие функции она выполняет? 122. Как классифицируются предприятия розничной 123. торговли: • по уровню обслуживания; • в зависимости от товарного ассортимента; • по уровню розничных цен; • по

	концентрации и месту расположения; • по концентрации и месту расположения? 124. Какие решения должны приниматься в рамках ассортиментной политики розничного предприятия? 125. Какие типы ценообразования могут применяться в розничной торговле? 126. Каковы особенности коммуникативной политики в розничной торговле? 127. Дайте определение услуги. 128. Перечислите особенности услуг и их характеристики. 129. Назовите цели и принципы маркетинга услуг. 130. Перечислите основные ценовые стратегии на рынке услуг. 131. В чем состоят функции и особенности каналов распределения услуг. 132. Как свойства услуг проявляются в сфере консалтинга? 133. Охарактеризуйте характеристики консалтинговых услуг, оказывающие значительное влияние на разработку маркетинговых стратегий консалтингового предприятия. 134. Опишите структуру спроса на консалтинговом рынке. 135. Опишите структуру и процесс организации продаж консалтинговых услуг. 136. Назовите основные особенности субъектного состава рынка образовательных услуг. 137. Как свойства услуг проявляются в сфере образования? 138. Что, кроме собственно образовательных услуг, предлагают образовательные учреждения? 139. Что представляет собой продукт ВУЗа? Дайте определение образовательной программы. Какие образовательных программ предлагают ВУЗы? 140. Охарактеризуйте контактные аудитории ВУЗа. 141. Каковы особенности элементов комплекса маркетинга ВУЗа? 142. Дайте определение страхового рынка. В чем состоит специфика страховой услуги? 143. Каковы особенности страховой услуги? 144. Дайте определение страхового маркетинга. 145. Охарактеризуйте особенности исследования спроса на страховом рынке. 146. Опишите свойства страховых продуктов и продвижение на рынок. 147. В чем состоят особенности комплекса маркетинга в страховании? 148. Как определяется круг задач маркетинга при выходе предприятия на международный рынок? 149. Как специалист по маркетингу определяет возможности 150. своего предприятия по импорту (экспорту) продукта? 151. Как решаются проблемы по организации производства 152. продукта в зарубежной стране? 153. Какие проблемы возникают при транспортировке продукта из страны в страну? 154. Как решаются финансовые и юридические проблемы международного маркетинга? 155. Расскажите о структуре маркетинговых исследований международного рынка. 156. Общие принципы маркетинга, характерные для всех отраслей и сфер деятельности.

	157. Классификация отраслей и сфер деятельности. 158. Специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности. 159. Понятие услуги, их отличие от товаров. 160. Классификация услуг. 161. Три дополнительных «Р» в маркетинге услуг. 162. Отличительные особенности промышленного маркетинга. 163. Природа промышленных рынков и их характеристика. 164. Отличительные особенности потребности организации в товарах 165. производственно-технического назначения. 166. Характеристика промышленного потребителя. 167. Основные факторы, влияющие на покупателей товаров производственно-технического назначения. 168. Особенности принятия решения о закупке товаров промышленного назначения. 169. Модели покупательского поведения организаций. 170. Маркетинговая среда фирм-производителей товаров производственно-технического назначения. 171. Различие маркетинговых исследований на потребительских и промышленных рынках. 172. Сегментирование промышленного рынка. Особенности позиционирования товаров промышленного назначения и промышленных компаний. 173. Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных товаров. 174. Отличительные особенности промышленных посредников. 175. Особенности промышленных коммуникаций. 176. Персональные продажи, как центральная составляющая промышленных коммуникаций. 177. Роль рекламы в промышленных коммуникациях. 178. Маркетинговое значение розничной торговли. 179. Основные маркетинговые проблемы в розничной торговле. 180. Классификация магазинов розничной торговли и типов розничной продажи. 181. Основные тенденции развития розничной торговли на современном этапе. 182. Значение факторов маркетинговой макросреды в сфере розничной торговли. 183. Особенности факторов маркетинговой макросреды фирм розничной торговли. 184. Основные принципы сегментирования потребительского рынка в розничной 185. торговле. 186. Особенности позиционирования розничного торгового предприятия. 187. Категории потребителей в розничной торговле. 188. Принципы формирования товарного ассортимента розничного магазина. 189. Товары импульсивной покупки и их значение для розничного магазина. 190. Типичные услуги, которые может оказывать розничный магазин. 191. Роль и значение магазинов, ориентированных на дискаунтный формат.

	192. Принципы формирования товарного ассортимента для магазинов дискаунтного формата. 193. Эффект создания собственной торговой марки розничного магазина. 194. Основные методы ценообразования в розничной торговле. 195. Ценовые стратегии, применяемые в розничной торговле. 196. Маркетинговые приемы обеспечения ценовой привлекательности товара в розничной торговле. 197. Средства маркетинговых коммуникаций в розничной торговле. 198. Место и роль мерчандайзинга в организации розничной торговли. 199. Основные приемы мерчандайзинга в розничной торговле. 200. Принципы и теории разработки и усовершенствования продукта в маркетинге государственных и общественных услуг. 201. Определение издержек и выгод для граждан при разработке маркетинговых мероприятий по продвижению государственных и общественных услуг. 202. Денежные и неденежные стимулы и антистимулы в маркетинге государственных и общественных организаций. 203. Приемы оптимизации каналов распределения государственных и общественных услуг. 204. Брендинг в государственном и общественном секторе. 205. Организация маркетинговых коммуникаций с ключевыми группами населения. 206. Развитие маркетинга отношений для государственных и общественных организаций. 207. Трактовка понятия и принципов социального маркетинга. 208. Особенности сегментирования рынка услуг, оказываемых государственными и общественными организациями.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основные подходы к интеграции коммуникаций в цифровой среде	Контрольная работа	1. Какие преимуществ в области маркетинговых коммуникации имеют исследования? 2. Объясните, почему с появлением цифровых медиа модель ИМК стала сильнее? 3. Вы согласны и почему: исследования коммуникации является частью действия факторов комплекса маркетинге микс «4Р», и наряду с другими его факторами? 4. Каковы основные разновидности методов исследования коммуникации? 5. Что понимается под методами исследований для специалистов маркетинга? 6. В чем особенности количественных методов исследования? 7. В чем сильные и слабые стороны исследований количественных и качественных? 8. Вы согласны, что к основным количественным методам исследования относят: метод опроса (анкетирование), анализ документов, метод карты восприятия, контент-анализ?
		Контрольная работа	1. Что собой представляет анкетирование, составление анкет? 2. Что собой представляет основные этапы составления анкеты? 3. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет? 4. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы? 5. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы? 6. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)? 7. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств?
2	Раздел 2. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа: цифровой аспект	Контрольная работа	1. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге? 2. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б- тестирования? 3. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы?Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты? 4. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы?Что собой представляет заключительное тестирование? 5. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования?
		Контрольная работа	1. Каково значение исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко? 2. Каковы общие характеристики модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко? 3. На каком основании модель системы ИК имеет шесть типов, а не семь или пять? 4. Почему реклама — ATL (above the line) носит такое название среди профессионалов? 5. Почему стимулирование сбыта — BTL (below the line) носит такое название среди профессионалов? 6. Что означают связи с общественностью и связи с органами власти — PR для исследований?

			7. Какие основания имеются в выборе названия такого типа коммуникации, как цифровые коммуникации для исследований? 8. В чем специфика исследований коммуникации - личные продаж? 9. Какие параметры коммуникации прямой маркетинг — DM (direct marketing) анализируются в исследованиях? 10. Как учитываются в исследованиях каналы запанированных (незапланированных) коммуникации?
3	Раздел 3. Исследования коммуникации сферы связей с общественностью: цифровой аспект	Контрольная работа	1. В чем вы видите специфика исследований связей с общественностью (PR? 2. Почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 3. Как вы объясните. Что в отличие от научного исследования, неформальное исследования основано на субъективной интуиции или на «авторитете2? 4. Какими принципами следует руководствоваться при проведении исследований по связям с общественностью? 5. На какие вопросы исследователь должен найти ответы в исследованиях PR? 6. С помощью каких мероприятий перед реализацией плана отдельные его элементы могут быть проверены исследователем? 7. Какие существуют четыре основные категории исследований по связям с общественностью? 8. Что позволяют получить первичные исследования в PR? 9. Что позволяют получить вторичное исследования или «кабинетное исследования в PR? 10. Объясните почему процесс PR-исследований ведется преимущественно в онлайн-режиме? 11. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью?
		Контрольная работа	1. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR? 2. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)? 3. Каковы основные методы сбора количественных данных? 4. Как проводятся Интернет-опросы? 5. Как проводятся телефонные опросы? 6. Как проводятся почтовые опросы? 7. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)? 8. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа? 9. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи? 10. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения? 11. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения?
4	Раздел 4. Особенности управления интегрированными коммуникациями: цифровой аспект	Кейс-задание	**Кейс-задание** Разработайте план рекламной компании для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе (на выбор)
		Тестирование	**Тестирование** 1. Выберите правильное, на ваш взгляд, понимание коммуникативной культуры: а) это изучение не только языков, но и культур других народов, их обычаев, традиций и норм поведения; б) это исследование различных видов культурной деятельности социальных

			групп и общностей, их норм, правил и ценностей; в) это овладение и развитие навыков и умений общения у представителей различных культур, которые включают знание языков, культур, обычаев, традиций и норм других народов. 2. Дайте определение следующих понятий: а) Псевдокоммуникация - это...; б) Квазикоммуникация - это. 3. Какие цели преследует изучение межкультурного взаимодействия коммуникативной культурой как дисциплиной? а) определить место коммуникативной культуры среди других наук; б) определить предмет, методологию и понятийный аппарат коммуникативной культуры; в) способствовать правильной интерпретации инокультурного поведения, традиций, обычаев и т.д.; г) обучить практическим навыкам общения с представителями других культур; д) вырабатывать национальные культурные стандарты поведения. 4. Методами каких наук пользуется межкультурное взаимодействие как учебная дисциплина? а) лингвистики; б) этносемантики; в) этнологии; г) когнитивной психологии; д) педагогики; е) социологии; ж) политологии; з) теории коммуникации. 5. Этапы какого процесса перечислены? а) эйфория; б) фрустрация; в) естественное восприятие инокультурной среды. 6. Отметьте виды невербальной коммуникации: а) мимика; б) язык и речь; в) жесты; г) обмен посланиями (переписка); д) рукопожатие; е) поклон; ж) символы; з) традиции. 7. В каких этнонациональных культурах (дописать в скобках страну или регион) запрещается или не приветствуется: а) рукопожатие между мужчиной и женщиной ( );

			б) распитие спиртного во время фуршета, торжественных ужинов ( ); в) интерес к здоровью супруги ( ); г) поза сидящего человека «нога на ногу» ( ); д) жест руки с поднятым большим пальцем ( ); е) поглаживание по голове чужого ребенка ( ); ж) упаковка подарка в обертку белого цвета ( ); з) преподнесение в подарок часов ( ). 8. Каковы основные коммуникативные формы межкультурной коммуникации: а) вербальная, невербальная, паравербальная б) внутренняя, внешняя, смешанная в) бытовая, деловая, персональная 9. На чем основывается межкультурная коммуникация? а) образная система б) знаковая система в) символьная система 10. По восприятию времени культуры делятся на: а) полихронные б) монохронные в) автохронные г) интрохронные

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	Понимание и особенности появления цифрового маркетинга Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга Основные стратегии контент-маркетинга и рекламы Стратегия контент-маркетинга Понимание новых медиа Преимущество стратегии мобильного маркетинга. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений Цели цифровых коммуникаций и их основные виды. Назначение цифровых коммуникаций Особенности общения в цифровом обществе Феномен цифровой реальности и цифрового общества как процессов коммуникации нового типа Коммуникация в условиях сетевого общества Виртуализация социальной реальности в современном обществе Современные проблемы социальной трансформации человека в цифровом обществе Динамика социокультурных изменений российского общества в процессе цифровизации Основные темы исследования социальных медиа: проект WWP Социальные медиа в России Визуальные аспекты социальных медиа Влияние социальных медиа на образование, бизнес, приватность Виртуальные PR Киберсоциализация как новый социальный феномен общества Кибербуллинг в обществе Киберпреступность: виды, борьба с киберпреступностью Цифровое мошенничество: виды, угрозы, способы борьбы Социологические опросы в интернете Преимущества Интернет-сайтов перед традиционными средствами передачи маркетинговой информации. Показатели эффективности и результативности Интернетмаркетинга. Описание этапов процесса оптимизации сайта. Понятие индексации сайта в поисковых системах. Индексы цитируемости в поисковых системах Этапы разработки объявления контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ

	Определение понятия «семантическое ядро» и описание алгоритма его составления. Продвижение в социальных сетях: основные технологии. Мероприятия поисковой оптимизации связанные со структурой и содержимым сайта: создание дополнительных страниц сайта; анализ навигационной структуры сайта, улучшение юзабилити. Технологии составления выборок респондентов, используемых при проведении маркетинговых исследований в Интернет. Назначение мета-данных Интернет-сайтов: «title», «description», «keywords». Оптимизация мета-данных сайта. Особенности проведения маркетингового исследования методом фокус-группы в формате форума. Характеристика категорий электронного бизнеса C2C, B2C, B2B, C2A, B2A. Примеры практической реализации. Понятие «электронной коммерции». Современная характеристика, преимущества и терминологическая база Содержание основных характеристик среды Интернет: финансовых, правовых и доступа к рынку. Медийная реклама в Интернет: форматы, преимущества, условия применения. Виды, характеристика и назначение Интернет-ресурсов в маркетинговой деятельности. Вирусная реклама в Интернете: особенности технологии и методы распространения. Источники маркетинговой информации в сети Интернет.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ВИДЕОРЕКЛАМА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Введение в видеорекламу	Аналитическое задание	Провести анализ современных трендов в видео рекламе.
2.	Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	Аналитическое задание	Изучить влияние особенностей оборудования для съемки рекламного ролика.
3	Раздел 2. Построение процесса видеопроизводства от заказа до реализации	Аналитическое задание	Рассмотреть наиболее популярные решения в постобработки.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Аналоговое оборудование для видеосъемки 2. Аренда оборудования 3. Аудиоборудование 4. Аутсорсинг в видеопроизводстве 5. Видеооборудование 6. Виды оборудования для записи звука 7. Виды объективов для различных видов съемки 8. Виды плана кадра 9. Громкость звука и музыки в ролике, соблюдение баланса. 10. Значение звука в видеоролике 11. Значение картинки в видеоролике 12. Значение цвета при построении кадра 13. Искусственный интеллект в обработке видео 14. Использование анимации и изображений 15. Классификация жанров видеоконтента 16. Композиция кадра 17. Линейная и тональная перспектива 18. Нейросети как альтернатива съемки видеоконтента 19. Оборудование для экстремальных видов съемки 20. Отличие аналоговой съемки от цифровой 21. Отличие видеоконтента для различных площадок 22. Последствие нарушения авторских прав 23. Правила отбора натуры 24. Пре-продакшен 25. Причины и последствия нарушения авторского права 26. Проведения брифа 27. Продюсирование видеоконтента 28. Профессиональная съемка. Любительская съемка. Мобильная съемка. 29. Профессиональный софт для видеомонтажа 30. Работа гримеров и костюмеров в процессе видеопроизводства. 31. Работа звукового режиссёра 32. Работа осветителей 33. Работа с озвучкой

	34. Разница искусственного и естественного света в видеоконтенте 35. Роль оператора в процессе видеопроизводства. 36. Роль продюсера в создании видеоконтента 37. Световое оборудования 38. Слоумоушен и пролапс в видеосьемке 39. Состав съемочной группы 40. Составление брифа 41. Съемка батальных сцен 42. Съемка интервью, подкаста, сюжета, репортажа 43. Съемка романтических сцен 44. Технология проведения каста 45. Типичные ошибки при разработке сценария и раскадровки 46. Устранение посторонних шумов при записи звука 47. Учет технических возможностей при написании сценария 48. Цветокорекция кадра 49. Этапы написания сценария 50. Этапы создания видеконтента

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1 Коммуникационный продукт: особенности рекламного контента	Аналитическое задание	Содержание аналитического задания: Выбор продукта/услуги для дальнейшего его продвижения через Интернет. Анализ ниши. Описание возможных поставщиков. Пассивные способы тестирования ниши. Использование Яндекс Вордстат. Изучение принципов работы Яндекс Вордстат. Регистрация аккаунта Яндекс. Юзабилити для сайта выбранной ниши. Подбор цветовой схемы сайта. Обзор интернет-сервисов, позволяющих осуществить подбор цветовой схемы сайта.
2	Раздел 2. Основы использования современных технических средств в профессиональной деятельности	Аналитическое задание	Содержание аналитического задания: Анализ целевой аудитории сайта. Характеристика ЦА (определение демографических характеристик, психологических черт). Определение частоты потребления продукта. Составление карточки продукта. Подготовка карточки для основных товаров сайта (наименование, спецификация, фотография, описание, отзывы и т.п.). Анализ онлайн-конструкторов для разработки одностраничнолго сайта. Изучение различных онлайн-конструкторов для составления лендингов. Сравнение их возможностей и цен. Определение конструктора для дальнейшей работы с ним. Обоснование выбора.
3	Раздел 3 Реклама и пиар в глобальной сети Интернет и других медиа	Аналитическое задание	Содержание аналитического задания: Обзор одностраничных сайтов. Обзор существующих одностраничных сайтов по тематике выбранной ниши. Выделение сильных и слабых сторон сайтов.

			Добавление на созданный одностраничный сайт системы веб-аналитики и статистики Яндекс Метрика. Анализ отчетов Яндекс Метрики.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. 2. Различия индивидуального и массового восприятия. 3. Восприятие рекламы потребителем. 4. Мотивационные характеристики аудитории. Пирамида Маслоу. 5. Знак, символ, миф в рекламе. 6. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AISDA, AIDMA, DAGMAR. 7. Теория имиджа Д. Огилви. 8. Теория уникального торгового предложения (УТП). 9. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Раиса, Л. Ческина. 10. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. 11. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и 12. композиция, творческое воплощение и художественное оформление. 13. Реклама как семиотическая система. 14. Семиотический анализ рекламного продукта. 15. Этапы творческого процесса создания рекламы. 16. Рекламные формулы: прямое обращение, демонстрация, сравнение товаров, свидетельство рекламных персонажей. 17. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. 18. Жанры современной радиорекламы. 19. Жанр вывески. 20. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы. 21. Жанры телевизионной рекламы. 22. Креатив: понятие, виды, проблематика. 23. Методы генерирования творческих идей для рекламы. 24. Понятие художественного и компьютерного дизайна. 25. Выбор креативной стратегии рекламной кампании. 26. Разработка названий для товаров - brendname. 27. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. 28. Понятие, цели и задачи, виды рекламного слогана. 29. Основы нейролингвистического программирования (НЛП).в рекламе. 30. Выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. 31. Композиция рекламного сообщения. Принципы создания рекламного текста. 32. Драматизированный и недраматизированный рекламный текст. 33. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст). 34. Роль креатора в рекламном творчестве. 35. Образ и жанр в фоторекламе. 36. Основные стадии производства полиграфической продукции.

	37. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. 38. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. 39. Реклама в местах продаж. Виды POS-материалов. 40. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия. 41. Композиция рекламного сценария. Алгоритм написания сценария. 42. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. 43. Режиссерский сценарий, раскадровка. Режиссерский замысел. 44. Телереклама: особенности восприятия, классификация. 45. Приемы демонстрации товара в ТВ-рекламе. 46. Монтаж рекламного фильма: комфортный монтаж, акцентный монтаж, нелинейный монтаж, монтаж звука. 47. Технологии производства телевизионной рекламы. 48. Радиореклама: особенности восприятия, классификация. 49. Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. 50. Понятие социально-психологической эффективности рекламног опродукта. 51. Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей. 52. Эффективность рекламного продукта и имидж компании. 53. Социальная этика, правовые нормы и оценка рекламного продукта. 54. Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного продукта. 55. Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного продукта. 56. Финансово-экономические показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Общая характеристика и развитие социальной рекламы	Контрольная работа	Проанализировать и сравнить образцы социальной рекламы 30-х-40-х гг XX века, 70-80-х и современные
2	Раздел 2. Средства и методы социальной рекламы	Контрольная работа	Проанализировав образцы социальной рекламы последних 10 лет, найти и по возможности исправить типичные ошибки
3	Раздел 3. Особенности и тематика социальной рекламы	Контрольная работа	Проанализировать социальную рекламу по борьбе с вредными привычками в разных странах: гендерные, возрастные, национальные особенности
4	Раздел 4. Проектирование и оценка эффективности социальной рекламы	Контрольная работа	Проанализировать ошибки социальной рекламы последних 10 лет с точки зрения эффективности

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-4	1. Средства социальной рекламы. 2. Мотивация потребителей и методы социальной рекламы. 3. Общая характеристика социальной рекламы. 4. История и современное состояние социальной рекламы. 5. Социально-демографические особенности социальной рекламы. 6. Тематические особенности социальной рекламы. 7. Разработка и реализация социорекламных проектов. 8. Оценка эффективности социальной рекламы. 9. Реклама в социальном пространстве 10. Место и роль социальной рекламы в современном обществе 11. Корни социальной рекламы и ее историческая трансформация 12. Рекламные кампании социального характера в Европе и Америке 13. Социальная реклама в Рекламном пространстве России в XX-XIX вв. 14. Понятие, принципы, цели социальной рекламы 15. Виды социальной рекламы 16. Средства распространения социальной рекламы. Формы социальной рекламы. 17. Социальная реклама и PR, социальная реклама и пропаганда 18. Нормативные документы, регламентирующие производство и распространение социальной рекламы 19. Этический фактор как механизм регуляции рекламной деятельности 20. Потребители социальной рекламы 21. Исследование потребностей общества в социальной рекламе 22. Психологические феномены рекламного воздействия 23. Психологические эффекты в рекламе 24. Последствия воздействия социальной рекламы 25. Критерии эффективности социальной рекламы 26. Технологии социальной рекламы

	27. Социальные проекты в коммерческой и политической деятельности 28. Модели социальной рекламы в разных странах мира 29. Проведите сравнительный анализ современного состояния рекламы в России и за рубежом. 30. Проведите анализ преимуществ и недостатков различных средств рекламы. 31. Какие темы социальной телевизионной рекламы представляются вам наиболее 32. значимыми? Аргументируйте свой выбор. 33. Приведите примеры удачных и неудачных образцов социальной рекламы. Аргументируйте свой ответ.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕХНОЛОГИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. «Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе»

Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Какая формулировка наиболее корректна для использования в общении?
А) Инвалид.
Б) Человек с инвалидностью.
В) Лицо с ограниченными возможностями.

2. Как лучше поступить при знакомстве с человеком, у которого протез руки?
А) Исключить рукопожатие, если у человека протез.
Б) Выдержать достаточную паузу, чтобы передать инициативу рукопожатия собеседнику.
В) Протянуть руку для приветствия, не акцентируя внимание на инвалидности.

3. Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по слуху?
А) Глухонемой.
Б) Глухой или слабослышащий человек.
В) Человек с патологией слуха.

4. Как построить общение с тотально слепоглухим человеком?
А) Использовать дактильную азбуку – из ладони в ладонь.
Б) Говорить внятно и громко, повернувшись лицом к собеседнику.
В) Использовать русский жестовый язык.

5. Какая формулировка вопроса более корректная при общении с незрячим человеком?
А) Вы смотрели этот фильм?
Б) Вы слушали этот фильм?
В) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, чтобы не поставить его в неловкое положение.

6. Допустимо ли незрячему человеку заходить в учебное заведение, больницу, театр или транспорт с собакой-проводником?
А) Допустимо в любом случае, поскольку именно собака позволяет человеку с инвалидностью ориентироваться в пространстве

Б) На усмотрение охраны или владельцев – всё зависит от правил, установленных в конкретном месте.
В) Недопустимо, собаку необходимо оставлять у входа.

7. Людям с какими формами инвалидности может потребоваться помощь тифлосурдопереводчика?
А) Людям с нарушениями зрения (незрячие, слабовидящие).
Б) Людям с одновременным нарушением слуха и зрения (слепоглухим).
В) Людям с нарушением слуха (глухие, слабослышащие).

8. Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по зрению?
А) Незрячий или слабовидящий человек.
Б) Слепой или невидящий человек.
В) Человек с остатками зрения.

9. Как привлечь внимание незнакомого незрячего человека, если вы хотите оказать ему помощь?
А) Взять за белую трость и проводить человека.
Б) Коснуться руки и предложить помощь.
В) Окликнуть человека и сообщить, что нужно сделать.

10. Как обозначить слепоглухому человеку свое присутствие рядом с ним?
А) Заговорить с ним.
Б) Дотронуться до плеча или предплечья, а затем представиться.
В) Встать напротив и установить зрительный контакт.

11. Как построить общение с глухим человеком в сопровождении переводчика?
А) Необходимо обращаться непосредственно к глухому человеку.
Б) Следует обращаться к сопровождающему или переводчику.
В) Оба варианта допустимы.

12. Как построить общение со слабослышащим человеком?
А) Говорить четко и естественно.
Б) Смотреть прямо на человека, не загораживая лицо.
В) По возможности, уменьшить окружающий шум.
Г) Все перечисленные варианты.

Код контролируемой компетенции: УК-6
1. Что следует сообщать незрячему человеку при сопровождении по улице?
А) Ничего не говорить.
Б) Описывать архитектуру, вывески магазинов и все остальные объекты, мимо которых вы проходите.
В) Сообщать о ступенях лестниц, препятствиях и интересных объектах.

2. Чего следует избегать при общении с человеком с расстройством аутистического спектра?
А) Прикасаться к человеку, держать за руки.

Б) Использовать визуальные подсказки (рисунки или фотографии), чтобы объясниться.
В) Повторять имя человека в начале каждой фразы, обращенной к нему.

3. Что нужно сделать, если вы заметили, как незрячий человек поднимает белую трость горизонтально?
А) Не нужно ничего делать и отвлекать незрячего человека, когда он настраивает трость.
Б) Нужно подойти и уточнить, какая помощь необходима.
В) Не нужно ничего предпринимать – белая трость предназначена только для осмотра препятствий, не важно, поднята она или опущена.

4. Человек с инвалидностью обратился к вам с просьбой достать коляску из багажника машины и разложить ее. Какие ваши действия?
А) Спокойно достать коляску и подготовить её, не задавая лишних вопросов.
Б) Уточнить, как правильно достать и разложить коляску, чтобы не сломать её.
В) Предупредить, что вы услышали просьбу, и постараться найти человека, который обучен или имеет опыт обращения с креслами-колясками.

5. Как помочь незрячему человеку пересчитать сдачу при совершении им покупки?
А) Взять купюры в свои руки и положить ему в кошелек.
Б) Взять купюры в свои руки и передавать их в руку незрячему по одной, озвучивая номинал.
В) Взять купюры в свои руки, разобрать их по номиналу, передавать незрячему в руку по порядку от большего достоинства к меньшему, озвучивая номинал.
1. При переходе через дорогу вы увидели, как человек на кресле-коляске пытается преодолеть бордюр. Ваши действия?
А) Обратиться за помощью к окружающим людям, чтобы поднять коляску вместе.
Б) Взять коляску за раму и поднять передние колеса на бордюр.
В) Спросить у человека, нужна ли ему помощь и как лучше помочь.

2. Как правильно скорректировать направление движения незрячего человека в помещении?
А) Повернуть человека в нужную сторону, придерживая за плечо или предплечье.
Б) Взять за руку, в которой нет белой трости, и проводить.
В) Скоординировать словами: «Правее, левее, прямо» и т.д., или спросить, необходимо ли сопровождение

3. Вы заметили человека с инвалидностью в кресле-коляске, который находится в затруднительном положении, но угрозы жизни и здоровья нет. Какие ваши действия?
А) Спросить, нужна ли человеку помощь, и, при согласии, оказать ее.
Б) Если вы сами знаете, как решить проблему, лучше сразу сделать то, что необходимо.
В) Снять на видео, как человек в коляске преодолеет затруднительную ситуацию, чтобы поделиться в социальных сетях.

4. Как лучше сопровождать незрячего человека при передвижении на улице или в помещении?
А) Сопровождающему и незрячему человеку необходимо идти под руку, на одном уровне.
Б) Необходимо вести незрячего человека впереди себя, особенно при проходе через двери.
В) Незрячий человек должен держать сопровождающего за руку чуть выше локтя и находится чуть позади.

5. Если вы видите, что человек с инвалидностью не может встать со скамейки самостоятельно, как лучше поступить?
А) Наблюдать и ждать, когда человек сам попросит помощи.
Б) Предложить помощь и поинтересоваться, как лучше эту помощь оказать.
В) Постараться не обращать внимание на неловкую ситуацию или отвернуться.

6. Что нельзя делать, если человек с инвалидностью поставил трость или костыли в проходе, и они мешают окружающим?
А) Задавать вопрос о том, куда вы можете переставить костыли, чтобы они не мешали другим.
Б) Обращаться к человеку с инвалидностью с просьбой переставить костыли.
В) Самостоятельно переставлять костыли в более подходящее место.

7. Как начать общение с человеком с расстройством аутистического спектра?
А) Сначала аккуратно дотронуться до плеча или ладони, чтобы обратить на себя внимание.
Б) Начать разговор первым.
В) Лучше подождать, пока человек с аутизмом подойдет и начнёт разговор первым.

8. Какая просьба по отношению к человеку, использующему кресло-коляску, будет корректной?
А) «Проходите».
Б) «Проезжайте».
В) Оба варианта некорректны

9. Как построить общение с человеком, у которого выраженные нарушения речи?
А) Допустимо помогать человеку, договаривая за него фразы.
Б) Переспросить, если непонятно.
В) Постараться говорить в ответ медленно и громко.

Раздел 2. «Концептуальные основы инклюзивной культуры»
Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование
Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-1
1. Как правильно называется специалист, который помогает общаться глухим и слышащим людям?
А) Сурдопереводчик
Б) Тифлокомментатор.
В) Переводчик русского жестового языка.

2. Как правильно называется собака, которая помогает людям с нарушением зрения передвигаться и ориентироваться в пространстве?
А) Собака проводник для незрячего человека
Б) Собака-поводырь
В) Собака-проводник

3. Как называется специалист, лаконично описывающий предмет, пространство или действия вокруг, которые непонятны незрячему или слабовидящему человеку?
А) Суфлёр.
Б) Тифлопедагог.
В) Тифлокомментатор.

4. Какие действия должен предпринять собственник объекта, недоступного для людей с инвалидностью?
А) Разместить предупреждающий знак о недоступности объекта.
Б) Разработать план по адаптации объекта с учетом организационных, технических и финансовых возможностей.
В) Закрыть объект для обслуживания до проведения капитального ремонта или реконструкции.

5. Несоблюдение правил по обеспечению доступной среды является нарушением закона?
А) Не является правонарушением.
Б) Является административным правонарушением.
В) Является уголовным правонарушением.

6. Какое устройство предназначено для общения со слабослышащим человеком, использующим слуховой аппарат или кохлеарный имплант?
А) Звуковой маяк.
Б) Тифлофлешплеер.
В) Индукционная система.

7. Для каких категорий людей важно дублировать при помощи субтитров голосовую информацию, сопровождающую видеоматериалы?
А) Для людей с нарушениями зрения.
Б) Для людей с нарушениями речи.
В) Для людей с нарушениями слуха.

8. Какой диаметр зоны нажатия кнопки вызова помощи соответствует действующим нормам?
А) Не менее 10 мм.
Б) Не менее 50 мм.
В) В зависимости от задания на проектирование.

Код контролируемой компетенции: УК-6

1. Какие действия сопровождающего лица допустимы при проезде в городском пассажирском транспорте?
А) Зайти в транспортное средство и предложить другим пассажирам освободить место для человека с инвалидностью.
Б) Зайти в транспортное средство, осмотреться и проводить человека с инвалидностью к свободному месту.
В) Пользоваться только услугами такси.

2. Какие элементы доступности общественного транспорта делают посадку незрячего или слабовидящего пассажира безопаснее?
А) Брайлевские таблички в салоне.
Б) Брайлевские надписи на кнопках STOP на поручнях.
В) Системы информирования и ориентирования.

3. Какие средства адаптации объекта необходимы людям с нарушениями опорно-двигательного аппарата?
А) Первая и последняя ступенька отмечаются контрастной полосой.
Б) К началу и концу длины перил добавляется 30 см.
В) Нумерация этажей дублируется информационными тактильными табличками.

4. Что из перечисленного является средством альтернативной и дополнительной коммуникации, предназначенным для помощи в общении с окружающими?
А) Айтрекер.
Б) Брайлевский шрифт.
В) Мнемосхема.

5. Какая информация на сайте организации должна быть доступна для незрячих людей?
А) Только текстовая информация.
Б) Должна быть сделана альтернативная версия сайта, содержащая только самую важную информацию.
В) Должна быть доступна вся информация на сайте, включая рисунки, фотографии, таблицы и т.п.

6. Где должен размещаться знак доступности объекта для людей с инвалидностью по зрению?
А) На входной двери в здание.
Б) Перед входом в здание, с любой стороны стены, где есть достаточный обзор.
В) Рядом с входной дверью, на стене, со стороны расположения дверной ручки.

7. В каких случаях допустимо использовать интерактивный информационный дисплей на объекте?
А) Если дисплей оснащен программным обеспечением для доступа всех категорий посетителей с инвалидностью.
Б) Если дисплей размещен на высоте 0,85-1,1 м от уровня пола, и к нему обеспечен свободный доступ для людей, передвигающихся на коляске.
В) При соблюдении всех перечисленных условий.

8. На какую ступень наносится контрастная полоса для ориентирования слабовидящих людей?
А) На каждую ступень.
Б) На первую ступень.
В) На первую и последнюю ступень.
1. Что такое «сенсорная карта объекта»?
А) Навигационная схема, адаптированная для людей с сенсорными нарушениями (зрения или слуха).

Б) Карта, на которой обозначены места избыточного шума, освещенности и комнаты «сенсорной разгрузки».
В) Тактильная карта для слабовидящих и незрячих людей с различными рельефными обозначениями.

2. Для чего на прозрачных дверях размещают желтые круги?
А) Специальный круг на двери – это элемент универсального дизайна.
Б) Маркировка помогает слабовидящему человеку заметить прозрачную дверь.
В) Желтый круг указывают именно ту дверь, в которую необходимо проходить человеку с инвалидностью.

3. Вы видите человека в кресле-коляске с электроприводом, который остановился на проезжей части и не может привести в действие коляску при помощи пульта управления. Что нужно предпринять, чтобы обезопасить человека?
А) Поставить знак аварийной остановки и вызвать специалистов, так как передвигать коляску в ручном режиме невозможно.
Б) Призвать окружающих на помощь, поднять коляску с пользователем и перенести в безопасное место, так как передвигать коляску в ручном режиме невозможно.
В) Перевести рычаг двигателей в ручное управление и докатить коляску до безопасного места.

4. Что следует предусмотреть в кабине лифта для обеспечения его доступности для людей с нарушением зрения?
А) Правила пользования лифтом, напечатанные рельефно-точечным шрифтом Брайля.
Б) Тактильные указатели у дверей кабины лифта.
В) Автоматический речевой оповещатель направления движения лифта и номера этажа.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1-17
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	18-25
Всего		25

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В настоящее время приоритетным подходом к пониманию инвалидности признается:

1) Медицинская модель
2) Экономическая модель
3) Религиозная модель
4) Социальная модель

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Модель независимой жизни заключается в том, что:

1) Люди с инвалидностью неспособны к самообеспечению, профессионально несостоятельны и материально лишены, государство должно проявить заботу об этой категории граждан
2) Инвалидность понимается как медицинская проблема, требующую постановки диагноза, лечения и реабилитации
3) Люди с инвалидностью способны к самостоятельному принятию решений относительно собственной жизни
4) Необходимо пересмотреть построенную среду, усовершенствовать архитектуру и технологии, максимально приспособив их под нужды всех людей

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Согласно этой модели инвалидность понимается как личная проблема, а ограниченные возможности рассматриваются в контексте взаимосвязи между отдельным человеком и его недугом. Это:

1) модель сегрегации
2) медицинская модель
3) модель дискриминации
4) модель защищенности

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В научной литературе и социальной практике сложились разные модели понимания сущности инвалидности, взаимоотношений инвалида и общества. Исключите неверный ответ.

1) Культурологическая модель
2) Медицинская модель
3) Экономическая модель
4) Социальная модель

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Предмет, являющийся международным признаком слепого человека:

1) тёмные очки
2) собака-поводырь
3) белая трость
4) все верно

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

Какая формулировка наиболее корректна для использования в общении?

1) Инвалид
2) Человек с инвалидностью
3) Лицо с ограниченными возможностями
4) Лицо с ограниченными возможностями здоровья

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по слуху?

1) Глухонемой
2) Глухой или слабослышащий человек
3) Человек с патологией слуха
4) Глухой и немой

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по зрению?

1) Незрячий или слабовидящий человек.
2) Слепой или невидящий человек
3) Человек с остатками зрения
4) Совершенно слепой

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Своеобразная форма речи, воспроизводящая посредством пальцев рук орфографическую форму слова речи:

1) Дактилология
2) Русский жестовый язык
3) Калькирующая жестовая речь
4) Всё верно

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Система Брайля предназначена для…

1) Незрячих
2) Умственно отсталых
3) Глухонемых
4) Слабослышащих

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Каких пандусов не существует?
1) подставные пандусы
2) отставные пандусы
3) откидные пандусы
4) перекатные пандусы
Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Индукционная система для слабослышащих
1) выполняет передачу звуковых сигналов в слуховые аппараты
2) система указателей для слабослышащих
3) система зрительных ориентиров для слабослышащих
4) комплект приборов для социально-бытовой реабилитации
Ответ _____

13. *Прочитайте текст и запишите ответ*
Назовите элементы зданий и сооружений, которые подлежат адаптации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
Ответ _____

14. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*
Определите барьеры окружающей среды при полной потере зрения
Ответ _____

15. *Прочитайте текст и запишите ответ*
Определите барьеры окружающей среды для передвигающихся на кресле-коляске
Ответ _____

16. *Прочитайте текст и запишите ответ*
Определите барьеры окружающей среды при полной потере слуха
Ответ _____

17. *Прочитайте текст и запишите ответ*
1. Дайте определение и приведите примеры ассистивных/вспомогательных технологий
Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-6

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Система знаков, применяемая для обучения и письменной коммуникации слепых:
1) Дактильная азбука
2) Шрифт Брайля
3) Русский жестовый язык
4) Всё верно

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В настоящее время детей с ДЦП учат ходить с помощью:

1) Беговой дорожки

2) Экзоскелета

3) Нейрокомпьютерного интерфейса

4) Биометрического анализатора

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Инклюзивное образование, согласно ФЗ «Об образовании в РФ» (от 29.12.12. №273) – это:

1) Создание оптимальных условий для социализации для детей с ОВЗ и инвалидностью

2) Создание оптимальных условий для нравственного развития нормально развивающихся детей

3) Обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей

4) Все верно

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как построить общение с тотально слепоглухим человеком?

1) Использовать дактильную азбуку – из ладони в ладонь

2) Говорить внятно и громко, повернувшись лицом к собеседнику

3) Использовать русский жестовый язык

4) Использовать шрифт Брайля

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какая формулировка вопроса более корректная при общении с незрячим человеком?

1) Вы смотрели этот фильм?

2) Вы слушали этот фильм?

3) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, чтобы не поставить его в неловкое положение.

4) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, лучше обратиться к его зрячему компаньону

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Людям, с какими формами инвалидности может потребоваться помощь тифлосурдопереводчика?

1) Людям с нарушениями зрения (незрячие, слабовидящие)

2) Людям с одновременным нарушением слуха и зрения (слепоглухим)

3) Людям с нарушением слуха (глухие, слабослышащие)

4) Людям пользующимся жестовым языком

Ответ _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

2. Как привлечь внимание незнакомого незрячего человека, если вы хотите оказать ему помощь?

1) Взять за белую трость и проводить человека

2) Коснуться руки и предложить помощь

3) Окликнуть человека и сообщить, что нужно сделать

4) Помахать ему рукой или похлопйть по плечу

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Отказ в приеме на работу и продвижении по службе, трудоустройство преимущественно на низкоквалифицированные и низкооплачиваемые рабочие места в отношении инвалидов характеризует:

1) Модель экономической необходимости

2) Модель дискриминации

3) Модели социальной защищенности

4) Модель благотворительности и милосердия

Ответ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ВВЕДЕНИЕ В АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Определение модели компьютерной системы (КС).
2. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений
3. Сущность и принципы информационно-аналитической работы.
4. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.
5. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных.
6. Системный анализ и его основные принципы.
7. Основная задача поисковых систем. Обзор поисковых систем.
8. Средства контроля достоверности информации.
9. Подготовка заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.
10. Понятие информации, информационного канала. Подходы к определению информации.
11. Первичные и вторичные источники информации.
12. Критерии характеристик информационного поиска.
13. Оценка результатов поиска информации.
14. Закон целевой достаточности информации.
15. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Раздел 2. Работа с большими данными

Форма рубежного контроля - контрольная работа.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Дайте определение понятия больших данных.
2. Проанализируйте области применения больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях
6. Перечислите наукометрические базы данных в России
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ
8. Расскажите о геолокации и геопозиция. Покажите их соотношение друг с другом.

9. Выполните сравнительную характеристику категорий " Большие данные и бизнес-аналитика."

10. Опишите Метод преобразовани я и сравнения текстовой информации.

11. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.

12. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

13. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных

14. Опишите методы статистического анализа текста.

15. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа

16. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа

17. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.

18. В чем отличие машинного (автоматического) перевода от автоматизированного перевода.

19. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (Machine Translation, MT)

20. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода

21. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности и тонкостях ее настройки

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1 – 25
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Дайте определение модели компьютерной системы (КС)

1) любое устройство или группа взаимосвязанных или смежных устройств, одно или более из которых, действуя в соответствии с программой, осуществляет автоматизированную обработку данных.
2) это система, которая основана на естественных законах природы и функционирует без вмешательства человека. Она включает в себя такие элементы, как биологические виды, экосистемы, природные процессы.
3) это набор объектов и операций, которые определены и изучаются в рамках математики. Эти объекты и операции подчиняются определенным правилам и закономерностям, которые позволяют проводить логические выводы и доказывать теоремы

Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Раскройте содержание теоремы Байеса
1) позволяет определить вероятность события при условии, что произошло другое статистически взаимозависимое с ним событие.
2) используется в построении логический непротиворечивого текста
3) Заключается в принципе 20% на 80%

Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Опишите теорию К.Шеннона
1) Автор определил информацию как измеримую величину. Он назвал общий потенциал информации в системе сообщений «энтропией» и определил основную единицу количества информации — бит.
2) Описывает ускоряющиеся объекты и объясняет происхождение такого явления, как гравитация и существование частиц гравитонов.
3) Согласно ей, луч света — это поток материальных частиц (корпускул), которые излучаются светящимся телом и, попадая в глаз, вызывают ощущение света.

Ответ: _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях
1) высшая математика
2) научные публикации
3) биологические системы.

Ответ: _____

5. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы
1) Сбор информации.
2) Ручной труд
3) Обработка информации.
4) Анализ информации.
5) Интерпретация результатов.

6) Педагогическая работа.
7) Подготовка отчёта или презентации.
8) Предоставление рекомендаций.

Ответ: _____

6. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Выберите поисковые системы для поиска информации в интернете
1) Яндекс
2) Google
3) Apple

Ответ: _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Основные принципы системного анализа
1) Принцип конечной цели.
2) Принцип измерения.
3) Дедуктивный метод
4) Индуктивный метод.

Ответ: _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите виды категорий системного анализа
1) Анализ виртуальный
2) Анализ структурный
3) Анализ функциональный

Ответ: _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Опишите средства контроля достоверности информации
1) Визуальные методы контроля
2) Интуитивный метод
3) Программные методы контроля

Ответ: _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Проанализируйте области применения больших данных
1) Бизнес и маркетинг.
2) Селекция агрокультур
3) Транспорт и логистика

Ответ: _____

11. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации
1) Хорошая масштабируемость
2) Возможность обработки текстовых данных в режиме реального времени
3) Научность текстовой информации

Ответ: _____

12. Прочитайте текст и установите последовательность.

Существуют три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации

1) Фаза поиска.
2) Подготовительная фаза. Включает в себя два этапа: декомпозицию запроса и определение необходимых для поиска средств.
3) Обработка результатов поиска. Включает в себя оценку полноты поиска, адекватности полученной информации сформулированному первичному запросу и анализ её достоверности

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

13. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между первичными и вторичными источниками информации: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца

I	***II***
А) результаты измерений	1) первичные источники информации
Б) научные статьи	2) вторичные источники информации
В) аналитические отчёты	
Г) телефонные запросы	
Д) осмотр предприятий поставщиков и покупателей	

Таблица для заполнения

А	**Б**	**В**	**Г**

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных

Ответ: _____

15. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите системообразующие компоненты компьютерной системы

Ответ: _____

16. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите сферы применения производной и интеграла

Ответ: _____

17. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите этапы проведения системных исследований

Ответ: _____

18. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Перечислите подходы к определению информации

Ответ: _____

19. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
    Дайте определение бибилиометрии как научной дисциплине
    Ответ: _____

20. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
    Сформулируйте закон целевой достаточности информации
    Ответ: _____

21. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
    Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
    Ответ: _____

22. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
    Назовите три этапа развития наукометрии
    Ответ: _____

23. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
    Назовите методы преобразования и сравнения текстовой информации
    Ответ: _____

24. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.
    Примеры альтернативных источников информации
    1) Тематические форумы
    2) Результаты имзерения
    3) Блоги (живой журнал).
    Ответ: _____
    Обоснование: _____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.
    Основные типы обучения нейросетей
    1) обучение с учителем и без учителя
    2) 3д моделирование и абстракционизм
    3) ручное написание алгоритмов
    Ответ: _____
    Обоснование: _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Большие данные и машинное обучение**	Защита реферата	1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. 2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. 3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете. 4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др. 5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). 6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData. 7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. 8. Принципы создания рекомендательных систем. 9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. 10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.
2.	**Раздел -2. Искусственный интеллект**	Защита реферата	1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения. 2. Признаки интеллектуальности информационных систем. 3. Структура исследований в области искусственного интеллекта. 4. Основные классы интеллектуальных информационных систем. 5. Знания как особая форма информации. 6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний.

			7. Системы представления знаний и базы знаний. 8. Технологии OLAP и многомерные модели данных. 9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). 10. Экспертные системы, их виды, области использования.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 4
Заочная форма обучения (Курс 2, сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
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	*1-32*
Всего		32

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 2

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ РЕЗУЛЬТАТОМ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ РЕГРЕССИИ

1) множество допустимых ответов конечно и их называют метками классов
2) допустимым ответом является действительное число или числовой вектор
3) множество допустимых ответов бесконечно
4) алгоритм, принимающий на входе описание объекта

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

1. Поиск генеральной совокупности

2. Выяснение свойств генеральной совокупности
3. Сравнение генеральных совокупностей
4. Выявление последовательности входного набора

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ОПРЕДЕЛЁННОЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЕ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ, ЛЕЖАЩЕМ В ОСНОВЕ НАБЛЮДАЕМОЙ ВЫБОРКИ ДАННЫХ, - ЭТО:

1. Статистический критерий
2. Статистическая выборка
3. Статистическая гипотеза
4. Задача кластеризации

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

С ПОМОЩЬЮ КАКОГО АЛГОРИТМА МОЖНО НАЙТИ АССОЦИАТИВНОЕ ПРАВИЛО

1. Алгоритм apriori
2. Алгоритм k-means
3. Алгоритм c-means
4. Иерархический алгоритм

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ТЕХНОЛОГИЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ, КОГДА НЕТ ОТВЕТОВ И ТРЕБУЕТСЯ ИСКАТЬ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ОБЪЕКТАМИ, НАЗЫВАЕТСЯ:

1. Самостоятельное обучение
2. Обучение без учителя
3. Обучение с учителем
4. Обучение по зависимостям

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

НА КАКОМ ЭТАПЕ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ ВЫБИРАЮТСЯ И ПРИМЕНЯЮТСЯ ПОДХОДЯЩИЕ АЛГОРИТМЫ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ПОДГОТОВЛЕННЫХ ДАННЫХ

1. Моделирование
2. Оценка модели
3. Подготовка данных
4. Внедрение модели

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

   В КАКОМ КЛАССЕ ЗАДАЧ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ АНАЛИЗИРУЮТСЯ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ПЕРЕМЕННЫМИ И СТРОИТСЯ МОДЕЛЬ, ПРЕДСКАЗЫВАЮЩАЯ ЗНАЧЕНИЯ ОДНОЙ ПЕРЕМЕННОЙ НА ОСНОВЕ ЗНАЧЕНИЙ ДРУГИХ ПЕРЕМЕННЫХ

   1. Кластеризация
   2. Регрессия
   3. Классификация
   4. Поиск частых наборов

   Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

   ИСКУССТВЕННЫЙ НЕЙРОН – ЭТО

   1. точная модель головного мозга.
   2. упрощенная модель головного мозга.
   3. точная математическая модель работы нейрона головного мозга.
   4. упрощенная математическая модель работы нейрона головного мозга.

   Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

   КАКИЕ ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЕРСЕПТРОНА

   1. правила Розенблата.
   2. правила Маккалока и Питса.
   3. правила Хебба.
   4. логические правила.

   Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

    КАКОВА ЦЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РОССИИ НА 2024 ГОД В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ БАЗЫ НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИИ

    1. разработать механизм упрощённого тестирования и внедрения разработок ИИ.
    2. создать необходимые правовые условия для выполнения целей, мер и задач, предусмотренных Стратегией.
    3. создать полноценную систему нормативно-правового регулирования в области ИИ.
    4. обеспечить поддержку компаний, инвестирующих в ИИ.

    Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИЕ СИСТЕМЫ ИИ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

1. аугментация данных.
2. конвертация форматов данных.
3. компьютерное зрение.
4. рекомендательные системы и интеллектуальные системы поддержки принятия решений.
5. обработка естественного языка.

Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ КАКИМИ ОСНОВНЫМИ БЛОКАМИ ДОЛЖНА ОБЛАДАТЬ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА

1. текстовый процессор.
2. база знаний.
3. искусственная нейронная сеть.
4. общий блобуллярий.
5. интеллектуальный интерфейс.
6. механизм вывода решения.

Ответ _____

13. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО НИЖЕ ОТНОСИТСЯ К КАТЕГОРИЯМ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМ ИИ

1. тип пользовательского интерфейса.
2. саморазвитие.
3. точность
4. платформа развертывания;
5. системная совместимость
6. принцип организации обучения

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ МЕТОДЫ БОРЬБЫ С ПЕРЕОБУЧЕНИЕМ НЕЙРОННОЙ СЕТИ

1. ранний останов.
2. Dropout.
3. правило Хебба.
4. градиентный спуск.

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ СУЩЕСТВУЮЩИЕ ТИПЫ СИСТЕМ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ РЕШЕНИЙ (СППВР)

1. незнаниевые (Non-knowledge-based).
2. супер-скалярные (Super-scalar).
3. знаниевые (Knowledge-based).
4. опосредованные (indirect).
5. опытные (experience-based).

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО НИЖЕ ОТНОСИТСЯ К КАТЕГОРИЯМ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМ ИИ

1. тип пользовательского интерфейса;
2. саморазвитие;
3. точность;
4. платформа развертывания.
5. системная совместимость.
6. принцип организации обучения.

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ (НА ОСНОВЕ ИИ) В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. снятие ответственности за результат лечения с врача;
2. быстрая обработка входной информации.
3. дистанционное лечение пациентов.
4. способность обучаться на каждом дополнительном случае.

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ ВЕРНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНА «ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ»

1. самообучающаяся компьютерная система, способная решать задачи на уровне, сравнимом с человеком.
2. когнитивные способности, являющиеся результатам не естественного, а искусственного процесса обучения.
3. вероятностная модель предсказания результата какого-либо процесса;
4. направление науки и техники, ориентированное на создание.
5. программно-аппаратных средств решения интеллектуальных задач.

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РОССИИ ХАРАКТЕРИЗУЮТСЯ СЛЕДУЮЩИМИ ТЕЗИСАМИ

1. искусственные интеллект-продукты должны быть понятными с точки зрения принятия решений.
2. искусственные интеллект-продукты должны быть безопасными.
3. небезопасные программные продукты.

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА ВКЛЮЧАЕТ

1. прототип (MVP).
2. проверку в реальной клинической практике.
3. проверку продукта экспертами.
4. техническую документацию.

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИЕ СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА (СИИ) ВХОДЯТ В СОСТАВ СИСТЕМ ЭВРИСТИЧЕСКОГО ПОИСКА

1. нейросистемы.
2. игровые системы.
3. системы распознания.
4. экспертные системы.

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИМИ ХАРАКТЕРНЫМИ ОСОБЕННОСТЯМИ ОБЛАДАЮТ СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

1. обработка данных в символьной форме
2. обработка данных в числовом формате.
3. присутствие четкого алгоритма.
4. необходимость выбора между многими вариантами.

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ПЕРЕЧИСЛИТЕ МОДЕЛИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЗНАНИЙ

1) продукционные модели.

2) семантические сети.
3) фреймы.
4) формальные логические модели.
5) базы знаний на машинных носителях.

Ответ _____

24. *Прочитайте текст и установите последовательность*

ОПРЕДЕЛИТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЕ АЛГОРИТМА ПРИ СБОРЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ:

1 Собрать наиболее значимые, с точки зрения экспертов, факторы.
2 Экспертно оценить значимость каждою фактора.
3 Собрать все легкодоступные факторы.
4 Описать все факторы, потенциально влияющие на анализируемый процесс/ объект.
5 Определить способ представления информации.
6 Оценить сложность и стоимость сбора средних и наименее важных по значимости факторов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

25. *Прочитайте текст и установите последовательность*

В ПРОЦЕССЕ КОНСОЛИДАЦИИ ДАННЫХ РЕШАЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ЗАДАЧИ:

1 Разработка стратегии консолидации.
2 Обогащение.
3 Оценка качества данных.
4 Очистка.
5 Выбор источников данных.
6 Перенос в хранилище данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

26. *Прочитайте текст и установите последовательность*

РАССТАВЬТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЯ АЛГОРИТМА НЕЧЕТКОГО СРЕЗА

1 Расчет CI для каждой записи в запросе..
2 Сортировка набора данных по убыванию CI.
3 Запрос к ХД.
4 Задание нечёткого среза.
5 Задание минимального индекса соответствия.
6 Преобразование нечёткого среза в SQL запрос.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

КАКОЙ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ЭТАПОВ ЯВЛЯЕТСЯ ПЕРВЫМ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ?

1. Построение модели.
2. Сбор и подготовка данных.
3. Визуализация результатов.
4. Определение целей анализа

Ответ _____

Обоснование _____

28. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

ИЗ КАКИХ ЧАСТЕЙ СОСТОИТ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА DEDUCTOR 5.3, ПОЯСНИТЕ СОСТАВ И НАЗНАЧЕНИЕ КАЖДОЙ ЧАСТИ:

1. Warehouse;
2. Edit file
3. Studio;
4. Viewer;
5. Analytic Server
6. Integration Server;

Ответ _____

Обоснование _____

29. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ ПОДХОДЯТ ДЛЯ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ И ОБРАБОТКИ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ, ТАКИХ КАК ИЗОБРАЖЕНИЯ ИЛИ ТЕКСТ?

1. Линейная регрессия.
2. Сверточные нейронные сети (CNN).
3. Глубокие нейронные сети (DNN).
4. Метод ближайших соседей (k-NN).
5. Рекуррентные нейронные сети (RNN).

Ответ _____

Обоснование _____

30. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ СТАТИСТИКИ ЛУЧШЕ ВСЕГО ПОДХОДЯТ ДЛЯ АНАЛИЗА ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ?

1. Линейная регрессия.
2. Авторегрессионная модель (AR).
3. Метод скользящих средних (Moving Average).
4. Метод случайного леса (Random Forest).
5. Модель ARIMA.

Ответ _____

Обоснование _____

31. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ АСПЕКТОВ НЕОБХОДИМО УЧИТЫВАТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ И ПРИМЕНЕНИИ АЛГОРИТМОВ ИИ ДЛЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ?

1. Прозрачность алгоритмов.
2. Влияние на конфиденциальность данных.
3. Производительность алгоритмов.
4. Способность к интерпретации решений.
5. Масштабируемость данных.

Ответ _____

Обоснование _____

32. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

КАКОЙ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ ЛУЧШЕ ВСЕГО ПОДХОДИТ ДЛЯ АНАЛИЗА ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ С ВЫРАЖЕННОЙ СЕЗОННОСТЬЮ?

1. Множественная линейная регрессия.
2. Случайный лес.
3. Модель ARIMA.
4. Логистическая регрессия.

Ответ _____

Обоснование _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 1 к Рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Реклама и интегрированные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1.** Введение в социальное проектирование	Устный опрос	1. Понятие СО НКО, их значение в общественно-политической жизни, роль в решении социально-значимых задач, миссия, цели и принципы работы 2. Ресурсное обеспечение деятельности СО НКО 3. Современные проблемы СО НКО, потенциал их взаимодействия с вузами 4. Другие (помимо СО НКО) организации, играющие роль социальных заказчиков, решающие социально-значимые задачи: государственные и муниципальные учреждения, социальные предприниматели 5. Финансово-экономическое и правовое обоснование социального проекта 6. Жизненный цикл социального проекта. 7. Измерение и оценка социального воздействия (социальные эффекты); 8. Медиакоммуникации в социальном проектировании 9. Методы управления проектами. Использование «гибких» методов управления социальными проектами. 10. Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты: – Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом; – Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка; – Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе. 11. Оформление проекта, паспорт проекта 12. Организационные аспекты управления проектами: команда, лидерство, распределение ролей, участники, заказчик, наставник, заинтересованные стороны 13. Этапы реализации социального проекта 14. Методы исследования, применяемые для анализа контекста и исследования окружения

			15. Аспекты формулирования проблемы, целеполагания и задач 16. Поиск проектного решения, проверка гипотезы проектного решения 17. Прототипирование продукта, тестирование продукта 18. Ресурсное обеспечение социально-ориентированного проекта 19. Завершение проекта, отчёт о реализации проекта, защита результатов проекта 20. Взаимодействие СО НКО с государством, общественными структурами, гражданами, социально-демографическими группами (сообществами) 21. Разнообразие благополучателей СО НКО: социально-демографические группы, сообщества, их классификация, интересы, взаимодействие между собой, конфликты 22. Деятельность СО НКО: этические, историко-философские, экономические, операционные и иные аспекты 23. Понятие социально-ориентированного проекта, его специфика и отличия от других видов проектов: технические, экономические, этико-философские, социальные аспекты 24. Типы социальных проектов, проблемоориентированность социальных проектов, их классификация 25. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). 26. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими СО НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; 27. Рефлексивные практики, командообразование, разрешение конфликтов в ходе реализации проекта 28. Взаимодействие СО НКО с государством, общественными структурами, гражданами, социально-демографическими группами (сообществами) 29. Разнообразие благополучателей СО НКО: социально-демографические группы, сообщества, их классификация, интересы, взаимодействие между собой, конфликты 30. Деятельность СО НКО: этические, историко-философские, экономические, операционные и иные аспекты 31. Понятие социально-ориентированного проекта, его специфика и отличия от других видов проектов: технические, экономические, этико-философские, социальные аспекты 32. Типы социальных проектов, проблемоориентированность социальных проектов, их классификация 33. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). 34. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими СО НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.;

			35. Рефлексивные практики, командообразование, разрешение конфликтов в ходе реализации проекта
2.	**Раздел 2.** Постановка проблемы и разработка проекта	Выполнение и защита практического задания	По итогам выполнения этапа «Постановка проблемы и разработка этапа» проектные команды составляют и защищают паспорт проекта по заранее подготовленному шаблону (согласовывается наставником с социальным заказчиком и проектными командами). Паспорт проекта в рамках реализации общественного проекта представляет собой документ, который содержит основные характеристики проекта, его цели, задачи, ресурсы и ожидаемые результаты. Защита и оценка паспорта проекта помогает студенческой проектной команде понять, насколько хорошо задуман и спланирован проект, а заказчику убедиться в корректности действий по реализации проекта и получить разумную уверенность в эффективности предложенной гипотезы (проектного решения) Оценка паспорта проекта происходит по следующим критериям: 1. Цели и задачи. Оценка должна включать анализ целей и задач, определенных в паспорте проекта. Критерии оценки могут быть связаны с тем, насколько ясные, конкретные и достижимые поставлены цели, а также насколько хорошо определены задачи, которые должны быть выполнены для достижения этих целей. 2. Ресурсы и бюджет. Паспорт проекта должен содержать информацию о ресурсах, которые требуются для его реализации, и при необходимости о бюджете, выделенном на проект. Оценка паспорта проекта может включать анализ доступности и эффективного использования ресурсов, а также их соответствия запланированным задачам. 3. Методы и план работы. Паспорт проекта должен содержать описание методов и плана работы, которые будут использоваться для достижения целей. Оценка может включать анализ этих методов и плана работы на предмет их доступности, реалистичности и эффективности в контексте проекта. План работы должен включать план рефлексивных мероприятий. Паспорт проекта должен содержать риски и меры по управлению ими. 4. Ожидаемые результаты и показатели. Паспорт проекта должен содержать ожидаемые результаты и показатели, чтобы определить, насколько успешно проект будет выполнен. Оценка может включать анализ ожидаемых результатов и показателей на предмет их ясности, измеримости и связи с поставленными целями. Оценка паспорта проекта может включать анализ воздействия проекта на целевую аудиторию или проблему, которую проект решает. Важно, чтобы оценка паспорта проекта проводилась в контексте конкретной ситуации. Критерии оценки могут быть адапти-

			рованы и дополнены с учетом особенностей проекта и его целей.
		Устный опрос	1. Сотрудничество и коммуникация. Обучающиеся оценивают, насколько эффективно и созидательно каждый участник проекта взаимодействовал и общался с остальными участниками. Это может включать способность слушать и уважать мнение других, делиться своими идеями и способность совместно решать проблемы. 2. Качество работы. Обучающиеся оценивают, насколько качественно выполняли взятые на себя задачи участники команды, насколько точно они были выполнены, насколько хорошо были реализованы предложенные идеи и предложения, а также насколько ценен вклад каждого члена команды. 3. Участие и активность. Обучающиеся оценивают активность и участие каждого участника в групповой работе, насколько участник был активным, вовлеченным и готовым работать в команде. 4. Надежность и ответственность. Обучающиеся оценивают надежность и ответственность каждого участника проекта. Обучающиеся могут оценить, насколько каждый участник выполнял свои обязанности и соблюдал сроки, а также насколько можно было положиться на каждого участника. После взаимной оценки обучающиеся могут обсудить результаты и дать обратную связь своим коллегам для дальнейшего роста и улучшения. Важно помнить, что взаимная оценка должна быть объективной, справедливой и конструктивной для максимальной пользы каждого участника.
3.	**Раздел 3.** Реализация общественного проекта	Устный опрос	1. Насколько полученные результаты соответствует поставленным изначально целям 2. Увязаны ли цели и задачи, с проблемой, проектным решением результатами 3. Выполнены ли все задачи проекта 4. Насколько проект соответствует целям обучения 5. Каковы ожидаемые положительные последствия для социально-демографической группы, на которую был направлен проект 6. Какие ограничения (в том числе правовые) были у проекта и как они были устранены или учтены в проекте. 7. Какие методы исследования, технологии, методики использовались в ходе проекта, насколько применимы они оказались в проекте. 8. Каков персональный вклад участников в работу команды, реализацию проекта и достижение его результатов, его значимость 9. Персональный вклад в социальные изменения, которые повлекла реализация проекта 10. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта 11. Взаимное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот.

			12. Трудности в ходе реализации проекта, каким образом преодолевались эти трудности. 13. К каким внутриличностным изменениям привела работа в команде, какие командные «инсайты» открылись в ходе реализации проекта 14. Какие собственные лидерские качества открылись у участников команды, и что этому мешало 15. Что нового о сообществе (целевой социально-демографической группе) вы узнали? 16. Какие трудности во взаимодействии с сообществом и заказчиком возникали, как они разрешались 17. Каким образом изменилось персональное отношение к сообществу в ходе реализации проекта 18. Эффективность для заказчика. Способствовал ли проект улучшению качества работы заказчика, содействовал ли улучшению жизни в сообществе или решению конкретной проблемы? Удовлетворены ли потребности заказчика и сообщества? 19. Взаимодействие с заказчиком. Насколько активно заказчик и сообщество участвовали в процессе реализации проекта? Была ли у заказчика и сообщества возможность влиять на ход реализации проекта? Способствовал ли проект улучшению отношений между обучающимися, заказчиком и сообществом или между различными группами внутри сообщества? 20. Долгосрочный эффект. Существуют ли планы или перспективы для продолжения проекта или его влияния на будущее? Хороший проект обучения служением должен оставить устойчивый след в сообществе. 21. Развитие студентов. Заказчик и сообщество оценивают вклад опыта в обучение и развитие студентов. Смогли ли обучающиеся развить свои знания, навыки и понимание сообщества и общественных проблем?
	Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	Устный опрос	1. Насколько полученные результаты соответствует поставленным изначально целям 2. Увязаны ли цели и задачи, с проблемой, проектным решением результатами 3. Какие ограничения (в том числе правовые) были у проекта и как они были устранены или учтены в проекте. 4. Какие методы рефлексии использовались в ходе подведения итогов проекта? Каковы их результаты? 5. Каков персональный вклад участников в работу команды, реализацию проекта и достижение его результатов, его значимость 6. Персональный вклад в социальные изменения, которые повлекла реализация проекта 7. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта 8. Взаимное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот. 9. Трудности во взаимодействии в ходе реализации проекта, каким образом преодолевались эти трудности. 10. К каким внутриличностным изменениям привела работа в команде, какие командные «инсайты» открылись в ходе реа-

			лизации проекта 11. Какие собственные лидерские качества открылись у участников команды, и что этому мешало 12. Какие трудности вызвала подготовка паспорта проекта и отчёт об исполнении проекта. 13. Остались ли вы довольны взаимодействием с заказчиком, наставником. Что можно было бы улучшить в таком взаимодействии 14. Что бы вы посоветовали будущим участникам проекта?

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр _5-6_)
Очно-заочная форма обучения (Семестр _5-6_)
Заочная форма обучения (Курс _3_, Сессия _1-4_)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет/зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	*1 – 6*
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	*7 – 18,*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*19 – 25*
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	*26 – 30*
Всего		*30*

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Этап проектной работы, на котором обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, лежащая в основе проекта.
1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонам.
Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Этап проектной работы, на котором обучающиеся должны определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определенной группы людей:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Постановка проблемы

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

«Этап проектной работы, на котором обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Этап проектной работы, на котором обучающиеся проводят беседы с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которых влияет проблема.:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Этап проектной работы, на котором обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами.:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Постановка проблемы

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором на основе исследования и анализа данных студенты формулируют предположение о том, какое решение может быть наиболее подходящим для снятия проблемы.:

1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;

3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-2

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся разрабатывают план проверки, который поможет исследовать их гипотезу на практике.:

1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.:

1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги.

1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.:

1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах.:
1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов.
Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся выделяют необходимые задачи, которые необходимо выполнить в рамках проекта, разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.
1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов.
Ответ _____

13. *Прочитайте текст и запишите развернутый ответ.*
Какие действия совершают обучающиеся в рамках проектной деятельности при выполнении одного из практических шагов - оценки необходимых ресурсов?
Ответ _____

14. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Какие действия совершают обучающиеся в рамках проектной деятельности при выполнении одного из основных шагов – защиты паспорта проекта?
Ответ _____

15. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
В чем заключается суть прототипирования как одного из основных шагов в рамках проектной деятельности?
Ответ _____

16. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Сформулируйте основные действия, которые может выполнять проектная команда во время разработки и реализации решения либо продукта проектной деятельности.
Ответ _____

17. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Какие возможности у проектной команды появляются во время выполнения практического шага по тестированию и улучшению продукта либо проектного решения?
Ответ _____

18. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*

Опишите, какую работу выполняет проектная команда на этапе оценки продукта либо решения.

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-3

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.:

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принес сообществу.

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узнали о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.:

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны оценить свой вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;

3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно предложить для достижения лучших результатов в будущем.

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Обратная связь и рекомендации.

Ответ _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Что такое паспорт проекта?

1) Документ с персональными данными руководителей и участников проекта;
2) Паспорт руководителя проекта;
3) Устав организации-социального партнера в рамках подхода «Обучением служением»;
4) Документ, описывающий основные параметры проекта: название, цели, задачи, результаты и т.д..

Ответ _____

25. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*

В чем заключается суть основного отличия подхода «Обучение служением» от волонтерства студентов?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-5

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какую роль играет преподаватель в реализации подхода «Обучение служением»?

1). Роль преподавателя не меняется по сравнению со стандартным образовательным процессом;
2). Преподаватель всегда играет роль наставника, который обеспечивает студентам максимальную свободную деятельность в проекте;
3). Преподаватель всегда играет роль руководителя, который управляет всем процессом и уверенно ведет команду к результату;
4) В зависимости от сложности проекта и подготовленности студентов преподаватель может играть роль наставника, так и роль руководителя.

Ответ _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какой из способов поддержки вузом мотивации преподавателя в реализации подхода «Обучение служением» представлен некорректно?

1) ВУЗ может создать сообщество преподавателей, участвующих в проектах «ОС», для неформальной помощи;
2) ВУЗ может создать гибкий регламент работы преподавателя, в рамках которого ему будет комфортно сопровождать социально значимые проект;
3) ВУЗ может обеспечивать преподавателя повышением квалификации и необходимыми образовательными материалами;
4) ВУЗ может поддерживать мотивацию преподавателя только финансово.

Ответ _____

28. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Верно ли, что в подведении итогов проекта могут принимать участие организации-партнеры?

1) Верно, организации-партнеры оценивают общую результативность проекта со своей перспективы;
2) Не верно, в подведении итогов принимают участие студенты совместно с преподавателями;
3) Не верно, в подведении итогов принимают участие только преподаватели;
4) Организации-партнеры являются единственной стороной, которая может оценивать результаты проекта.

Ответ _____

29. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

ДОБРО.РФ – это …:

1) Крупнейшая платформа добрых дел в России;
2) Крупнейшая краудфандинговая платформа;
3) Платформа благотворительного фонда для внесения пожертвований;
4) Платформа для pro-bono волонтеров.

Ответ _____

30. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Что обозначает термин «Hard Skills?»:

1) Профессиональные навыки;
2) Социальные навыки;
3) Личностные качества студента;
4) Личностные качества преподавателя

Ответ _____