



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 ПРОЕКТАМИ И ПРОГРАММАМИ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. «Процедуры управления проектом на этапах его жизненного цикла»	тестирование	(??) Особый вид управленческой деятельности, базирующийся на предварительной коллегиальной разработке комплексной системной модели действий по достижению оригинальной цели и направленный на реализацию этой модели – это ... (!) управление проектом (?) управление портфелем проектов (?) управление программами (??) Временной разрез, который охватывает весь жизненный цикл проекта и соответствует его организационно-экономическому уровню называется... (?) оперативный (?) тактический (!) стратегический (??) Современная концепция управления проектами заключается в... (?) структуризации и развертывании целей, с последующим проектированием системы организации и мотивации достижения этих целей в рамках проекта (?) разработке целостной системы материально-технического обеспечения проектов (!) создании, развитии и изменении деятельности организации, которая может быть представлена как совокупность различных проектов, обеспечивающих достижение ее стратегических целей (??) 1980-е годы ознаменовались: (!) формированием системы управления проектами как сферы профессиональной деятельности (?) дальнейшим развитием системного подхода к управлению проектами (?) совершенствованием управления проектами с внедрением информационных технологий более высокого уровня (??) Фаза осуществления проекта начинается сразу же после ... (?) Фазы разработки концепции проекта (!) Фазы планирования проекта (?) Фазы оценки и экспертизы проекта (??) Верно ли утверждение: «Фазы жизненного цикла проекта не требуют управления, т.к. являются естественным отражением хода реализации проекта» (?) да (!) нет (??) Основные процессы управления проектами (макропроцессы) разбиваются на 6 основных групп, реализующих различ-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ные функции управления: (!) процессы инициирования проекта (?) процессы разработки концепции проекта (?) процессы целеполагания (!) процессы планирования (!) процессы исполнения (?) процессы организации проектной деятельности (?) процессы координации проектной деятельности (!) процессы анализа (!) процессы управления (!) процессы завершения. (??) Гибридная организационная форма, в которой горизонтальная структура руководства проектом «накладывается» на нормальную функциональную иерархию – это... (?) функциональная структура (?) дивизиональная структура (!) матричная структура (??) ... - это единый орган управления проектом, представляющий собой совокупность сотрудников, осуществляющих управленческую деятельность на основе командного принципа организации взаимодействия. (!) команда управления проектом (?) команда проекта (?) организационная команда (??) Влияет ли стабильность потребностей в ресурсах на выбор структуры руководства проектом (!) да (?) нет
2.	Раздел 2. «Основы управления программой и портфелем проектов»	тестирование	(??) Результатом инвентаризации программ и проектов является... (!) создание реестра проектов (?) расстановка приоритетов (?) ранжирование проектов (??) Процедуры управления проектом по традиционной методологии включают в себя: (!) определение среды проекта (!) формулирование проекта (?) определение требований к проекту (?) постановка чётких и достижимых целей (??) Дата, к которой событие должно наступить согласно обязательствам перед заказчиком или руководством организации - ... (?) позднейшая допустимая дата (!) дата выполнения обязательств (?) планируемая дата (??) Проектная диагностика включает в себя... (!) составление отчета с описанием основных компонентов бизнес-модели компании (?) разработку концепции и структуры проектного офиса, которая соответствует стратегии, целям и задачам компании (?) определяются необходимые методы и инструменты проектной деятельности (??) ... – это число лет, необходимых для возмещения вложенных инвестиций

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			(?) период инвестирования (?) период эксплуатации (!) период окупаемости (??) Расстановка и управление приоритетами проектов помогает... (?) установить критерии, определяющие категории и размеры проектов (?) установить и при необходимости пересматривать приоритеты программ и проектов (!) выявить потенциальные конфликты с другими проектами

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 критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	1-7
УК - 2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	8-17
УК - 3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	18-23
УК - 6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	24-30
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Особый вид управленческой деятельности, базирующийся на предварительной коллегиальной разработке комплексной системной модели действий по достижению оригинальной цели и направленный на реализацию этой модели – это ...

1. управление проектом
2. управление портфелем проектов

3. управление программами

Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Временной разрез, который охватывает весь жизненный цикл проекта и соответствует его организационно-экономическому уровню называется...

1. оперативный
2. тактический
3. стратегический

Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Современная концепция управления проектами заключается в...

1. структуризации и развертывании целей, с последующим проектированием системы организации и мотивации достижения этих целей в рамках проекта
2. разработке целостной системы материально-технического обеспечения проектов
3. создании, развитии и изменении деятельности организации, которая может быть представлена как совокупность различных проектов, обеспечивающих достижение ее стратегических целей

Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

1980-е годы ознаменовались:

1. формированием системы управления проектами как сферы профессиональной деятельности
2. дальнейшим развитием системного подхода к управлению проектами
3. совершенствованием управления проектами с внедрением информационных технологий более высокого уровня

Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Какое из приведённых определений проекта верно:

1. Проект – уникальная деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на достижение определенного результата/цели, создание определённого, уникального продукта или услуги при заданных ограничениях по ресурсам и срокам
2. Проект – совокупность заранее запланированных действий для достижения какой-либо цели
3. Проект – процесс создания реально возможных объектов будущего или процесс создания реально возможных вариантов продуктов будущего
4. Проект – совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определённого продукта или услуги для потребителей

Ответ _____

6. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

В компанию пришёл небольшой, но очень интересный проект. Заказчик готов заплатить за него хорошие деньги. Свободных разработчиков нет, все заняты на других проектах, но терять хорошего клиента не хочется. Как вы поступите в такой ситуации? На проект, разработка которого идёт уже порядка полугода, вас вводят в качестве менеджера проектов. Какие ваши первоначальные действия (5-10 пунктов)? Заказчик просит у вас контактные данные одного из разработчиков для ускорения процесса реализации проекта. Как вы считаете, можно ли давать контакты, и почему?

Ответ _____

7. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Представьте, что вы стали менеджером одного из проектов Яндекса. Команда проекта находится в трех разных офисах. Менеджмент и маркетинг – в Москве, разработка – в Ульяновске, дизайнеры – в Екатеринбурге. Предложите схему взаимодействия на всех этапах проекта. Какие риски могут возникнуть? Как их минимизировать?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-2

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Фаза осуществления проекта начинается сразу же после ...

1. Фазы разработки концепции проекта
2. Фазы планирования проекта
3. Фазы оценки и экспертизы проекта

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Верно ли утверждение: «Фазы жизненного цикла проекта не требуют управления, т.к. являются естественным отражением хода реализации проекта»

1. да
2. нет

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Результатом инвентаризации программ и проектов является...

1. создание реестра проектов
2. расстановка приоритетов
3. ранжирование проектов

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Задачи проекта – это:

1. шаги, которые необходимо сделать для достижения цели
2. цели проекта
3. результат проекта
4. путь создания проектной папки

Ответ _____

12. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
Назовите типовую ошибку при формулировании цели проекта

1. цель включает много задач
2. цель не предполагает результат
3. цель не содержит научных терминов

Ответ _____

Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

13. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Процедуры управления проектом по традиционной методологии включают в себя:

1. определение среды проекта
2. формулирование проекта
3. определение требований к проекту
4. постановка чётких и достижимых целей

Ответ _____

14. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Основные процессы управления проектами (макропроцессы) разбиваются на 6 основных групп, реализующих различные функции управления:

1. процессы инициирования проекта
2. процессы разработки концепции проекта
3. процессы целеполагания
4. процессы планирования
5. процессы исполнения
6. процессы организации проектной деятельности
7. процессы координации проектной деятельности
8. процессы анализа
9. процессы управления
10. процессы завершения.

Ответ _____

15. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите определения, данные в левом столбце, и типы проектов из правого столбца:

Определения:	Типы проектов:
А. Совместная учебно-познавательная, творческая или игровая деятельность учащихся-партнеров, имеющая общую цель, согласованные методы, способы деятельности, направленная на достижение общего результата по решению какой-либо проблемы, значимой для участников проекта	1. Социальный проект
Б. Это совместная учебно-познавательная творческая или игровая деятельность учащихся-партнеров, организованная на основе ресурсов информационно-коммуникационных технологий (например, Интернет), имеющая общую цель, согласованные методы и способы деятельности, и направленная на достижение общего результата по решению какой-либо	2. Учебный проект

проблемы, значимой для участников проекта	
В. Самостоятельная деятельность обучающихся, направленная на практическое решение общественно-значимой проблемы, способствующая взаимодействию школьного сообщества с властными структурами и общественностью	3. Телекоммуникационный проект

Таблица для заполнения

<i>А</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>

16. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите термин из проектной деятельности, данные в левом столбце, и их определения из правого столбца:

<i>Термин</i>	<i>Определение</i>
А. Задачи проекта	1. Специалист, выполняющий роль эксперта и организатора доступа к необходимым ресурсам. Приглашается к участию в проекте, если содержательная компетенция руководителя проекта в ряде случаев недостаточна.
Б. Заказчик проекта	2. Выбор путей и средств для достижения цели. Постановка задач основывается на дроблении цели на подцели.
В. Консультант	3. Подборка всех рабочих материалов проекта.
Г. Портфолио (папка) проекта	4. Лицо или группа лиц, испытывающих затруднения в связи с имеющейся социальной проблемой, разрешить которую призван данный проект.

Таблица для заполнения

<i>А</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>

17. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Для разработки Проекта менеджеру необходим подрядчик. Менеджер уже нашёл два потенциальных кандидата, нужно выбрать одного: Первый кандидат — Довольная известная крупная компания с обширным портфолио. В компании порядка 300 сотрудников. Цены на выполнение работ превышают среднее значение по рынку; Второй кандидат — компания менее известная компания с штатом порядка 40 сотрудников. Цены на выполнение работ ниже среднее значение по рынку. По каким критериям менеджеру проектов необходимо оценивать представленных выше кандидатов? С какими рисками Менеджер проектов столкнется при работе с представленными выше компаниями?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-3

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Гибридная организационная форма, в которой горизонтальная структура руководства проектом «накладывается» на нормальную функциональную иерархию — это...

1. функциональная структура
2. дивизиональная структура
3. матричная структура

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

... - это единый орган управления проектом, представляющий собой совокупность сотрудников, осуществляющих управленческую деятельность на основе командного принципа организации взаимодействия.

1. команда управления проектом
2. команда проекта
3. организационная команда

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Влияет ли стабильность потребностей в ресурсах на выбор структуры руководства проектом

1. да
2. нет

Ответ _____

21. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите этапы работы над проектом, данные в левом столбце, с содержанием деятельности из правого столбца:

Этапы работы над проектом:	Содержание деятельности:
А. Погружение в проект	1. Рефлексия
Б. Организационный	2. Поиск необходимой информации; сбор данных, изучение теоретических положений, необходимых для решения поставленных задач; изучение соответствующей литературы, проведение опроса, анкетирования по изучаемой проблеме и т. д.; изготовление продукта
В. Осуществление деятельности	3. Формулируются проблемы, которые будут разрешены в ходе проектной деятельности
Г. Оформление результатов проекта и презентация	4. Способы обработки полученных данных; демонстрация творческой работы
Д. Обсуждение полученных результатов	5. Определение направления работы, распределение ролей; формулировка задачи для каждой группы; способы источников информации по каждому направлению; составление детального плана работы.

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г.	Д.

22. Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность деятельности в процессе работы над проектом.

1. исправлять ошибки
2. выдвигать идеи и выполнять эскизы
3. подбирать материалы и инструменты
4. подсчитывать затраты

5. оценивать свою работу
6. организовывать своё рабочее место
7. изготавливать вещи своими руками.

Ответ _____

23. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Представьте, что ваша команда вынуждена на неделю прервать работу над проектом (например, задерживается серверная разработка или компонент, от которого вы зависите). Как вы построите работу команды на этой неделе?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-6

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Дата, к которой событие должно наступить согласно обязательствам перед заказчиком или руководством организации - ...

1. позднейшая допустимая дата
2. дата выполнения обязательств
3. планируемая дата

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Проектная диагностика включает в себя...

1. составление отчета с описанием основных компонентов бизнес-модели компании
2. разработку концепции и структуры проектного офиса, которая соответствует стратегии, целям и задачам компании
3. определяются необходимые методы и инструменты проектной деятельности

Ответ _____

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

... – это число лет, необходимых для возмещения вложенных инвестиций

1. период инвестирования
2. период эксплуатации
- 3.. период окупаемости

Ответ _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Расстановка и управление приоритетами проектов помогает...

1. установить критерии, определяющие категории и размеры проектов
2. установить и при необходимости пересматривать приоритеты программ и проектов
3. выявить потенциальные конфликты с другими проектами

Ответ _____

28. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Результатами (результатом) осуществления проекта является (являются):

1. формирование специфических умений и навыков проектирования
2. личностное развитие участников команды проекта
3. подготовленный продукт работы над проектом
4. все вышеназванные варианты

Ответ _____

29. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите, к какому этапу работы над творческим проектом, данным в левом столбце, относятся перечисленные виды деятельности из правого столбца.

Этап:	Деятельность:
А. Мотивационный	1.Сбор и уточнение информации, обсуждение альтернатив
Б. Планирование	2.Постановка проблемы, определение темы и целей проекта
В. Информационно-аналитический	3.Обработка полученной информации, отбор. Решение промежуточных задач. Формулировка выводов
Г. Выполнение проекта	4.Обсуждение плана действий. Обмен мнениями и согласование интересов. Выдвижение первичных идей и разрешение спорных вопросов; распределение ролей
Д. Заключительный (защита проекта)	5.Анализ выполнения проекта
Е. Рефлексивный	6.Представление полученных результатов, демонстрация приобретенных знаний и умений

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г	Д	Е

30. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Заказчик задает вам вопрос – «Мне очень важны сроки, что именно вы будете предпринимать для того, чтобы гарантировать их соблюдение?». И действительно, что мы можем добавить в бизнес-процессы, чтобы гарантировать соблюдение сроков?

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)
КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ РОССИИ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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 рубежного контроля
1	Раздел 1. Культура России в период доминирования традиционного мировосприятия	Опрос	1. Охарактеризуйте культуру Московской Руси. 2. Сопоставьте взгляды С.М. Соловьева и В.О. Ключевского на события Смутного времени. 3. Выделите специфику культурно-исторического типа России; сравните его с Западом как типом культуры. Художественная культура Древней Руси 4. Распространение грамотности на Руси. Берестяные грамоты. 5. Общественный строй и церковная организация на Руси
2	Раздел 2. Культура России конца XIX-нач. XXI вв.: период радикальных трансформаций народного сознания	Опрос	6. Дайте сравнительный анализ альтернативных интерпретаций социокультурной динамики России западниками и славянофилами 7. Охарактеризуйте мировоззренческий кризис и конфликт «старой» и «новой» культур после Октябрьской революции 1917 года. 8. Охарактеризуйте современное понимание российской культурной идентификации 9. Столичная повседневность Петровской эпохи: трансформация быта. 10. Художественная культура «серебряного века», ее характерные черты 11. Глобализм и антиглобализм в культуре постсоветской России 12. Культура и искусство в СССР в предвоенное десятилетие 13. Великая Отечественная война 14. Перестройка и её влияние на развитие отечественной культуры

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 заданий
УК -5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	1-25
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции УК-5

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Древнейшим памятником литературы Древней Руси, наиболее ранним из дошедших до настоящего времени древнерусских летописных сводов начала XII века является:

- 1) Повесть о Земле Русской
- 2) Русская Правда
- 3) Слово о полку Игореве
- 4) Повесть временных лет

Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Какое из произведений не относится к описанию периода монголо-татарского нашествия?

- 1) «Повесть о битве на реке Калке»
- 2) «Повесть о приходе Батыя на Рязань».
- 3) «Слово о погибели Земли Русской»
- 4) «Слово о полку Игореве»

Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Кто из русских путешественников открыл в XVII веке пролив между Евразией и Америкой, называемый сегодня Беринговым?

- 1) Ерофей Хабаров
- 2) Семён Дежнев
- 3) Курбат Иванов
- 4) Владимир Атласов

Ответ: _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Укажите временные границы «серебряного века» русской поэзии.

- 1) начало XX века
- 2) конец XIX – начало XX века

3) начало-середина XX века

4) конец XIX века

Ответ: _____

5. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

В трёх древнерусских городах (находящихся ныне на территориях России, Украины и Белоруссии) в XI веке были возведены Софийские соборы. Выберите правильные ответы:

1) Новгород

2) Киев

3) Псков

4) Полоцк

Ответ: _____

6. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Укажите имена иконописцев, с которыми связан расцвет русской фрески и иконы в XIV-XV вв.

1) Феофан Грек

2) Федор Зубов

3) Андрей Рублев

4) Дионисий

5) Симон Ушаков

Ответ: _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Укажите события, происходившие в период царствования Алексея Михайловича Романова

1) Восстание Степана Разина

2) Воссоединение Украины с Россией

3) Окончательное оформление крепостного права

4) Церковный раскол

Ответ: _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Выберите из списка произведения, в которых события разворачиваются в период Гражданской войны

1) Н.А. Островский «Как закалялась сталь»

2) М. А.Шолохов «Тихий Дон»

3) А. Н.Толстой. «Хождение по мукам»

4) М.А. Шолохов «Они сражались за Родину»

Ответ: _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Выберите из списка понятия, характеризующие период «Оттепели»

1) Карибский кризис

2) Жилищная революция

3) «Шестидесятники»

4) «Ежовщина»

- 5) «Кукурузная эпопея»
 6) Начало космической эры

Ответ: _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Выберите из списка понятия, характеризующие период правления М.С. Горбачева:

- 1) Введение поста Президента
 2) Политика гласности
 3) Законы «О кооперации» и «Об аренде и арендных отношениях в СССР»
 4) «Парад суверенитетов»
 5) Создание ядерного оружия и достижение стратегического паритета СССР – США
 6) Активизация процесса реабилитации жертв сталинских репрессий

Ответ: _____

11. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Выберите из списка масштабные мемориалы, посвященные Великой Отечественной войне, открытые в 2020-х годах?

- 1) Ржевский мемориал Советскому солдату (Тверская обл. Ржевский мун. окр., дер. Толстиково),
 2) Мемориал «Героям Сталинградской битвы» (Волгоград)
 3) Самбекские высоты (Ростов-на-Дону),
 4) Воину-освободителю (Кемерово).
 5) Мемориал Героям-Панфиловцам (М.О. Волоколамский г.о., дер. Нелидово)

Ответ: _____

12. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Укажите, в каком году царь Петр I стал императором, а Россия - империей? Какое событие повлияло на это изменение статуса правителя и державы, и почему?

- 1) в 1721
 2) в 1672
 3) в 1712
 4) в 1725

Ответ: _____

Обоснование: _____

13. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между названием жанра древнерусской литературы и его описанием

Название	Описание
А) Житие	1) наставление в благочестивой жизни, обличение пороков, советы по лучшей организации жизни
Б) Хождение	2) описание подвижнической жизни святого
В) Повесть	3) описание путешествий в иные земли, приключений
Г) Поучение	4) повествование, описывающее знаменательные события, а также отношения людей и их поступки

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

14. Прочитайте текст и установите соответствие.

Укажите, кто из перечисленных лиц является сторонниками, а кто – противниками Флорентийской унии

А) Князь Василий II Темный	1) Сторонники
Б) Митрополит Киевский и всея Руси Исидор	2) Противники
В) император Иоанн VIII	
Г) епископ Марк Эфесский	

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

15. Прочитайте текст и установите соответствие.

Укажите соответствие между представителями Ученой дружины Петра I и их произведениями:

А) Феофан Прокопович	1) «О различии страстей человеческих»
Б) Яков Брюс	2) «Правда воли монаршей»
В) Антиох Кантемир	3) «История Российская с древнейших времен»
Г) Василий Никитич Татищев	4) «Книга мирозрения, или Мнение о небесно-земных глобусах и их украшениях»

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

16. Прочитайте текст и установите соответствие.

Укажите соответствие между российскими стилевыми вариациями (пошибами) барокко и церковными сооружениями:

А) Московское (нарышкинское) барокко	1) Соборный храм Введенского монастыря в Сольвычегодске
Б) Строгановское барокко	2) Церковь Покрова Богородицы в Филях
В) Голицынское барокко	3) Петропавловский собор в Санкт-Петербурге

Г)Петровское барокко	4) Церковь Зна́мения Пресвятой Богоро́дицы в Дубровицах
Д)Елизаветинское барокко	5) Смольный собор в Санкт-Петербурге

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

17. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите представителя российского Просвещения с разрабатываемым им аспектом просветительского проекта в России:

А) Иван Иванович Бецкой	1)Попытка создания свободной печати
Б) Николай Иванович Новиков	2)Проведение политики Просвещенного абсолютизма
В) Екатерина II	3)Реализация идеи создания «новой породы людей» через систему закрытых учебных заведений
Г) Александр Николаевич Радищев	4)Провозглашение необходимости борьбы против монархии и крепостного права

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

18. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите здания и стиль, указав, какие из зданий относятся к стилю конструктивизма, господствовавшему в 20-х гг. XX в., а какие - к следующему за ним периоду советского монументального классицизма (сталинский ампи́р):

А)Московские «высотки»	1)Конструктивизм
Б) ДК «ЗИЛ»	2)Сталинский ампи́р
В)Театр Красной Армии	
Г)Главный павильон ВДНХ,	
Д)Здание редакции газеты «Известия»	
Е) ДК им.Русакова	

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д	Е

19. Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите правильную хронологическую последовательность событий жизни и правления великой княгини Ольги

- 1) Путешествие в Византию и принятие крещения в Константинополе
- 2) Месть древлянам за смерть мужа
- 3) Поездка к Новгороду, установление новых норм дани и мест её сбора — погостов.
- 4) Поездка по своим северным землям, где она приказывает разрушать статуи славянских богов и устанавливает вместо них кресты.
- 5) Замужество.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

20. Прочитайте текст и установите последовательность.

Укажите правильную последовательность событий Северной войны (1700-1721 гг.)

- 1) Гренгамское сражение
- 2) Полтавская битва
- 3) Ништадтский мир
- 4) Гангутское сражение

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

21. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильном хронологическом порядке этапы деятельности князя Г.А. Потемкина в Новороссии и в Крыму

- 1) ликвидация Запорожской Сечи
- 2) строительство новых городов: Херсона, Никополя, Павлограда, Николаева, Мариуполя.
- 3) взятие турецкой крепости Ачи-Кале (Очакова)
- 4) подготовка к присоединению Крыма к России

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

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

Против каких угроз была направлена внешняя политика Александра Невского? Выберите из списка.

- 1) к религиозной и военной экспансии с западных границ Руси
- 2) к угрозе от Хазарского каганата
- 3) к угрозе с Востока: к Золотой Орде
- 4) к угрозе от славянских государств южной и центральной Европы

Укажите принципы политики Александра Невского по отношению к каждой из угроз.

Ответ: _____

Обоснование: _____

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

Выберите правильное именование Митрополита Киприана. Дайте обоснование такого его именования: какую политику Византии в отношении Руси оно отражает?

- 1) митрополит Киевский, Московский и Литовский
- 2) Митрополит Киевский
- 3) Митрополит Константинопольский
- 4) Митрополит Московский

Ответ: _____

Обоснование: _____

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

Выберите из списка идеи, служившие в XV веке обоснованием преемства Руси Византии, тенденции к собиранию земель вокруг Москвы и созданию централизованного государства

- 1) Объединение земель вокруг Москвы

- 2) Миссия хранения и распространения православной веры
- 3) Обличение Византии в предательстве веры в связи с подписанием Флорентийской унии
- 4) Потребность в освоении Сибири
- 5) Преемство монархического государственного устройства

Ответ: _____

Обоснование: _____

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

Выберите из списка, кому посвящены следующие строки А.С. Пушкина.

Сей старец дорог нам; он блещет средь народа

Священной памятью двенадцатого года.

- 1) М.И. Кутузову
- 2) М.Б. Барклаю де Толли
- 3) А.С. Шишкову
- 4) Александру I

Обоснуйте свой ответ. Укажите, какого рода деятельностью в 1812 году «сей старец» заслужил народную память:

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)
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК АКАДЕМИЧЕСКОГО И
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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 Science as it is.	Письменная работа	Английский язык для академических целей. English for Academic Purposes : учебное пособие для вузов / Т. А. Барановская, А. В. Захарова, Т. Б. Пospelова, Ю. А. Суворова ; под редакцией Т. А. Барановской. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18544-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535332 (дата обращения: 12.02.2025). Task: do exercise 5 on page 16, agree or disagree with the outstanding scientists' statements, explain your answer
2.	Тема 2. Science and universities.	Устная презентация	Make a presentation of a Master's program you like connected with your field of study (e.g. https://www.mastersportal.com/)
3.	Тема 3. Science and its progress. The relations between science and society.	Устная презентация	Speak about a distinguished scientist in your field and his scientific contribution
4.	Тема 4. Your own research.	Письменная работа	Choose an article linked with your field published in a reputable journal, make a summary of it

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.

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

Код контролируемой компетенции: УК – 4

Вопросы /задания

1. What do you mean by the term science?
2. What aspects does knowledge or a system of knowledge cover?
3. What facets are included in science?
4. What are the most important characteristics of science?
5. What are the most common misconceptions students have about science?
6. What is the difference between a hypothesis and a theory?
7. What are the most important and famous scientists in your field that you know? What have they done?
8. What do you mean by the term “summary”?
9. How will you write a summary? What points should you include in the summary?
10. What is data? What type of data do you plan to collect and analyze for your research?
11. Will you use experimental data in your research?
12. How is evidence accumulated in scientific research?
13. What is a claim? How to prove a claim?
14. What is your scientific research\article about?
15. What problem is studied in your article?
16. What is the goal of your article?
17. Read the quotation. Do you agree with the author or not? «The important thing in science is not so much to obtain new facts as to discover new ways of thinking about them» © William Lawrence Bragg
18. What was your bachelor`s thesis about?
19. What was the aim in your bachelor`s thesis?
20. How can your results of the study be used in practice?
21. Describe research work you have already conducted in your area and how it is related to research planned in future?
22. Describe what you are doing now or plan to do to increase your English language proficiency.
23. Where did you study? What degree have you got? When did you graduate from the University?
24. Why have you chosen this Master`s degree program?
25. What are the areas of study which you would like to pursue?
26. How did you begin and finish your paper? What do you treat in your introductory part? What do you say in conclusion?
27. What are your personal aims you hope to reach by researching in your field?
28. What field of knowledge are you doing research in?
29. Read the statement and decide whether you agree or disagree with it: Scientific ideas are absolute and unchanging.
30. Describe your educational background.



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 современной рекламы и связей с общественностью

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и 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.
2.	Раздел 2. Требования к организации рекламного и пиар-дела	эссе	Профессиональный тезаурус. 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.
3.	Раздел 3. Направления деятельности рекламы и связей с общественностью	эссе	Журналисты как ключевая аудитория Инвесторы как аудитория Органы власти как аудитория Общественные организации как аудитория Группы влияния в деятельности по связям с общественностью. Базовые принципы описания целевой аудитории

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
УК-6	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-кампаний. 28. PR-программа как основа информационно-коммуникационной стратегии организации. 29. Шестиэтапная модель планирования PR-кампаний. 30. Определение ключевых объектов инвестирования. Четыре составляющих PR-бюджета.
ОПК-1	1. Методы и технологии PR и рекламы. 2. Критерии эффективности рекламной и PR-кампаний. 3. Классификация рекламных кампаний. 4. Понятие комплексной рекламной кампании. 5. Понятие и формат рекламной концепции. 6. Роль связей с общественностью в современном обществе. 7. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью. 8. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. 9. Профессиональные требования к современным специалистам по связям с общественностью. 10. Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по связям с общественностью, 11. Профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование. 12. Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью. 13. Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты. 14. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей 15. Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов 16. Профессиональная этика: виды кодексов

	профессионального поведения специалиста (Афинский и Лиссабонский кодексы, кодекс 17. профессиональных стандартов PRSA). 18. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (декларация профессиональных стандартов 19. РАСО). 20. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
ОПК-6	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.



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 КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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

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

Перечень вопросов текущего и 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.
1.	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.
2.	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.
--	--	--	---

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	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 проектами. 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)
СОЗДАНИЕ ФОТО И ВИДЕО ПРОДУКЦИИ В ИНТЕРНЕТ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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

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

Перечень вопросов текущего и 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	1. Как часто нужно публиковать новые материалы в блоге? а) Ежедневно б) Еженедельно в) В зависимости от темы и целей блога 2. Нужно ли изучать статистику посещаемости блога? а) Да б) Нет в) Не всегда 3. Важно ли общаться с подписчиками в социальных сетях? а) Да б) Нет в) Не всегда 4. Нужно ли использовать хэштеги в публикациях в социальных сетях? а) Да б) Нет в) Не всегда 5. Важно ли иметь привлекательный дизайн профиля в социальных сетях? а) Да б) Нет в) Не всегда

2.	Раздел 2 Создание фото контента для блога	Контрольная работа	1. Нужно ли использовать профессиональную технику для создания качественных фотографий? а) Да б) Нет в) Не всегда 2. Важно ли учитывать композицию при создании фотографии? а) Да б) Нет в) Не всегда 3. Нужно ли обрабатывать фотографии перед публикацией? а) Да б) Нет в) Не всегда 4. Важно ли подбирать правильное освещение для создания фотографии? а) Да б) Нет в) Не всегда 5. Нужно ли учитывать цветовую гамму при выборе объектов для фотографии? а) Да б) Нет в) Не всегда
3.	Раздел 3 Построение процесса видеопроизводства от заказа до реализации	Контрольная работа	1. Нужно ли иметь специальное оборудование для создания качественного видео? а) Да б) Нет в) Не всегда 2. Важно ли учитывать сценарий при съемке видео? а) Да б) Нет в) Не всегда 3. Нужно ли редактировать видео после съемки? а) Да б) Нет в) Не всегда

			4. Важно ли подобрать подходящее освещение для съемки видео? а) Да б) Нет в) Не всегда 5. Нужно ли учитывать звуковое сопровождение при создании видео? а) Да б) Нет в) Не всегда
--	--	--	---

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	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. Аналоговое оборудование для видеосъемки 32. Аренда оборудования 33. Аудиоборудование 34. Аутсорсинг в видеопроизводстве

35.	Видеооборудование
36.	Виды оборудования для записи звука
37.	Виды объективов для различных видов съемки
38.	Виды плана кадра
39.	Громкость звука и музыки в ролике, соблюдение баланса.
40.	Значение звука в видеоролике
41.	Значение картинки в видеоролике
42.	Значение цвета при построении кадра
43.	Искусственный интеллект в обработке видео
44.	Использование анимации и изображений
45.	Классификация жанров видеоконтента
46.	Композиция кадра
47.	Линейная и тональная перспектива
48.	Нейросети как альтернатива съемки видеоконтента
49.	Оборудование для экстремальных видов съемки
50.	Отличие аналоговой съемки от цифровой
51.	Отличие видеоконтента для различных площадок
52.	Последствие нарушения авторских прав
53.	Правила отбора натуры
54.	Пре-продакшен
55.	Причины и последствия нарушения авторского права
56.	Проведения брифа
57.	Продюсирование видеоконтента
58.	Профессиональная съемка. Любительская съемка. Мобильная съемка.
59.	Профессиональный софт для видеомонтажа
60.	Роль продюсера в создании видеоконтента



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)
ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы поведения потребителей	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	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.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых 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,

	достижимые, объективные, субъективные. 16. Понятие «социальная группа», «социальный класс». Признак социальной 17. Классовый долевого состава 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 (сообщение) 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 брендинга.
--	--

ПК-4	1. Понятие о мотивах и фундаментальных потребностях (ФП). 2. Определение понятия мотива. 3. Механизм функционирования потребностей как побудительная сила к действию. 4. Определение понятия стимула. 5. Рациональные, эмоциональные и смешанные мотивы в поведении потребителей. 6. Потребность в действии и достижении цели как связующая потребность. 7. Стимулирующая роль препятствий. Неудовлетворенность как фундамент для бесконечного процесса потребления. 8. Иерархия фундаментальных потребностей (ФП) среднего члена современного общества потребления. Схема блоков ФП. 9. Блок физиологических ФП. 10. Блок гедонистических ФП. 11. Блок социальных (коммуникативных, межличностных) ФП. 12. Блок ФП в достижении, в деятельности. Блок когнитивных ФП. 13. Блок духовных ФП. 14. Мотивация процессов покупки новой вещи. Рекомендации для рекламы. 15. Мотивы приверженности старым вещам и привычным маркам. 16. Мотивы посещения магазина: личные мотивы, социальные мотивы. 17. Феномен шопинга. Составляющие шопинг-интереса. 18. Ситуационная мотивация покупок. 19. Общие черты поведения потребителей в условиях рыночной экономики. 20. Удовлетворение нематериальных потребностей через материальные. 21. Выбор торгового предприятия по рефлексорному принципу прошлого опыта 22. Компенсационный мотив покупок товаров для детей занятыми родителями.
------	---

	23. Роль этикеток (лэйблов) при выборе продукта. Три категории намерений покупателей (степени запланированности покупок). 24. Значение выбора места покупки. 25. Информационный поиск: внутренние и внешние источники. Обращение к рекомендациям как проявление страха перед неизвестным. 26. Алгоритм совершения покупки стоимостью выше среднего. 27. Создание дополнительной ценности продукту как главная задача продавца
--	--



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 ПРОЕКТАМИ В
СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1	Эссе	Тема эссе «Интернет в нашей жизни: зло или благо?»
2.	Раздел 2	Эссе	Тема эссе «Каковы условия эффективности интернет-кампаний?»
3.	Раздел 3	Эссе	Тема эссе «Каковы факторы успеха и опасности вирусной рекламы в сети Интернет?»

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-1	1.Поисковое продвижение сайта. 2. Поддержка сайта: анализ статистики, поддержка работы, продвижения и развития сайта. 3. Типы сайтов, классификация Интернет ресурсов/ 4. Контекстная реклама. 5. Каналы продвижения товаров и услуг в интернете. 6. Типы рекламных кампаний 7. Стратегии продвижения ресурсов в интернет-коммуникациях 8. Медийная реклама в интернете. 9. Этапы работы медийной интернет рекламы. 10. Контекстная реклама в интернете.
ПК-2	1. Поисковая реклама: реклама в поисковых системах («Яндекс», «Рамблер», Mail) в зависимости от запроса, заданного пользователем. 2. Нестандартное продвижение услуг в интернет: SMO, вирусный маркетинг. медиамикс. 3. Вирусный маркетинг. 4. Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO). 5. Внешние и внутренние факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы. 6. Инструменты web-аналитики: интернет-статистика. 7. Юзабилити сайта. 8. Интернет тренды. 9. Управление проектом по созданию сайта.



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 ЦИФРОВЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В ИНТЕРНЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и 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. Существует ли необходимость в управлении коммуникациями в цифровой среде? а) Да b) Нет c) Не всегда 2. Может ли отсутствие управления коммуникациями в цифровой среде привести к негативным последствиям? а) Да b) Нет c) Не всегда 3. Всегда ли возможно эффективно управлять коммуникациями в цифровой среде? а) Да b) Нет c) Не всегда 4. Является ли управление коммуникациями в цифровой среде простой задачей? а) Да b) Нет c) Не всегда

			5. Можно ли автоматизировать процесс управления коммуникациями в цифровой среде? а) Да б) Нет с) Не всегда
2.	Раздел 2. Специфика коммуникации в виртуальной среде	Контрольная работа	1. Влияют ли особенности цифровой среды на характер коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 2. Существуют ли различия в восприятии информации в цифровой среде по сравнению с офлайн-коммуникацией? а) Да б) Нет с) Не всегда 3. Всегда ли особенности цифровой среды облегчают процесс коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 4. Являются ли социальные сети основным средством коммуникации в цифровой среде? а) Да б) Нет с) Не всегда 5. Можно ли считать коммуникацию в цифровой среде полностью безопасной? а) Да б) Нет с) Не всегда

3	Раздел 3. Виртуальные коммуникации в продвижении бренда	Контрольная работа	1. Используют ли компании виртуальные коммуникации для продвижения своего бренда? a) Да b) Нет c) Не всегда 2. Эффективны ли виртуальные коммуникации в привлечении новой аудитории к бренду? a) Да b) Нет c) Не всегда 3. Могут ли виртуальные коммуникации полностью заменить традиционные методы продвижения бренда? a) Да b) Нет c) Не всегда 4. Обязательно ли использование виртуальных коммуникаций для успешного продвижения бренда? a) Да b) Нет c) Не всегда 5. Являются ли социальные сети важной частью виртуальных коммуникаций в продвижении бренда? a) Да b) Нет c) Не всегда
---	---	-----------------------	--

4	Раздел 4. Коммуникации в социальном пространстве	Контрольная работа	1. Какое из приведенных понятий более общее: а) социальная коммуникация; б) межличностная коммуникация. 2. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это: а) социометрические звезды; б) лидеры мнения; в) референтная группа. 3. Понятие «обратная связь» было введено: а) в кибернетической модели коммуникации; б) в психологических моделях коммуникации; в) в герменевтическом анализе коммуникации. 4. Иметь форму законченного текста скорее должно: а) сообщение в рамках межличностной коммуникации; б) сообщение в рамках массовой коммуникации. 5. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов: а) информационная; б) регулирующая; в) культурная; г) развлекательная; д) мобилизующая. 6. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех. 7. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе: а) социальная коммуникация; б) индивидуальная коммуникация; в) межличностная коммуникация;
---	---	-----------------------	--

			г) массовая коммуникация. 8. Адресат - это: а) объект коммуникации; б) субъект коммуникации. 9. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации: а) К.Шеннон; б) Г.Гадамер; в) К.Г.Юнг. 10. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация? а) да; б) нет.
5	Раздел 5 Исследования коммуникации сферы связей с общественностью: цифровой аспект	Контрольная работа	1. Используют ли специалисты по связям с общественностью цифровые инструменты для продвижения своих клиентов? а) Да б) Нет с) Не всегда 2. Являются ли социальные сети неотъемлемой частью цифровых связей с общественностью? а) Да б) Нет с) Не всегда 3. Могут ли специалисты по связям с общественностью полностью отказаться от использования цифровых инструментов в своей работе? а) Да б) Нет с) Не всегда

			4. Необходимо ли специалистам по связям с общественностью иметь навыки работы с цифровыми инструментами? а) Да б) Нет с) Не всегда 5. Могут ли цифровые связи с общественностью полностью заменить традиционные методы? а) Да б) Нет с) Не всегда
--	--	--	---

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5;	1. Что собой представляет интернет-коммуникация? 2. Чем отличается рынок интернет коммуникаций от традиционного рынка коммуникаций? 3. Схема процесса цифровой коммуникации. 4. Особенности сетевого дискурса. 5. Знаковые средства цифровой коммуникации. 6. Передача паралингвистической информации в цифровой коммуникации. 7. Способы выражения эмоционально-модальных значений в цифровой коммуникации. 8. Конструирование самопрезентаций как механизм управления процессами социальной перцепции в социальных сетях. 9. Источники искажений восприятия пользователя социальной сети. 10. Основные характеристики коммуникации в виртуальной среде. 11. Типология социальных сетей. 12. Сравнительный анализ социальных сетей по коммуникативным параметрам. 13. Коммуникативный потенциал блогерства. 14. Блогерство в контексте брендменеджмента. 15. Методология коммуникативных исследований виртуальной среды. 16. Мониторинг: определение, виды, процедура. 17. Программные методы анализа социальных сетей (Медиалогия, Бренданалитикс, Скан). 18. Сущность и специфика коммуникации в виртуальной среде. 19. Интернет-аудитория: понятие, характерные черты, типология. 20. Интернет в системе СМИ.
ПК-3	21. On-line сообщества в России. 22. Формы коммуникации в виртуальной среде. 23. Формы социального взаимодействия в виртуальной среде. 24. Личность в электронном коммуникативном сообществе. 25. Процесс коммуникации в виртуальной среде. 26. Социальные изменения в результате массового общения в Интернете. 27. Ценности и нормы и в виртуальной среде. 28. Новое социальное неравенство и мобильность. 29. Проблемы исследования коммуникации в виртуальной среде. 30. Новые способы реализации индивидуальных потребительских представлений. 31. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема

	информационного обмена; 32. Закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.
--	--



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)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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. Интернет-проекты и их медиаэффективность	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Каковы основные характеристики интернет-проекта? 2. Какова структура и уровни интернет-проекта? 3. Перечислите основных участников и требования, которые к ним предъявляются? 4. Опишите, как используется ИМК-комплекс в подготовке интернет-проекта? 5. Какие разновидности интернет-проектов вы можете назвать? Опишите специфику каждого. 6. Назовите основные возможности и риски интернет-проектов в области образования? 7. Какие инструменты используют для оперативного и итогового контроля интернет-проектов? 8. Перечислите основные составляющие медиа эффективности? 9. Что означает понятие «измеримость» применительно к медиа? 10. Назовите основные принципы медиаизмерений? 11. Перечислите основные методы проведения медиаизмерений? 12. Каковы основные стандарты медиаизмерений? 13. Перечислите количественные,

			качественные и интегральные позиции медиаизмерений.
2	РАЗДЕЛ 2. Оценка эффективности интернет- проектов по связям с общественность ю	Контрольна я работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Дайте определение и перечислите основные количественные параметры измерение интернет-проектов по СО. 2. Для чего нужно знать общее количество материалов по компании и отслеживать динамику публикации материалов? 3. Что означает «свои» и «чужие» материалы? 4. Для чего отслеживают типы и географию источников вышедших материалов? 5. Какие вы можете выделить типы упоминаний и типы материалов? 6. Чем отличаются количественные параметры оценки публикационной активности от качественных? 7. Какое соотношение тональности публикаций считается эффективным для компании? 8. Какие системы информационного аудита вам известны? В чем их преимущества и недостатки? 9. Перечислите известные вам медиа показатели публикационной активности и дайте их расшифровку. 10. Какова структура отчета по медиааудиту?
3	РАЗДЕЛ 3. Оценка эффективности интернет- проектов в социальных медиа	Контрольна я работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Какой критерий лежит в основе модели PESO и как она сегментирует рынок социальных медиа? 2. Каковы ключевые параметры оценки эффективности платного контента и чем они отличаются от параметров эффективности вирусного контента? 3. Каковы параметры эффективности «заработанного» контента и чем они отличаются от параметров эффективности собственного контента?

			4. Что такое инфомониторинг соц. сетей и с какой целью он проводится? 5. Перечислите основные ресурсы для инфомониторинга соц. сетей и определите их отличия? 6. В чем состоят преимущества и недостатки платных и бесплатных систем инфомониторинга соц. сетей? 7. Какова структура отчета о результатах эффективности бренда в социальных сетях? 8. В чем особенности презентации отчета о результатах эффективности бренда в социальных сетях заказчику/руководству?
4	РАЗДЕЛ 4. Оценка эффективности рекламных интернет- проектов	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. В чем состоит понятие рекламной эффективности? 2. В чем отличие эффекта от эффективности? 3. Какие рекламные эффекты вам известны? Перечислите и дайте им краткое описание. 4. В чем заключается процедура сопоставления меди эффектов и рекламных эффектов? 5. Назовите основные показатели эффективности интернет-проектов? Объясните их назначение. 6. Как рассчитать показатель «частота показов рекламы»? С какими другими двумя показателями он связан? 7. Как называется показатель соотношения кликов и показов и какую информацию об эффективности он предоставляет? 8. В чем измеряется число действий и за какую часть воронки коммуникационных эффектов отвечает этот показатель? 9. Как рассчитать итоговую стоимость посетителя? Какие показатели лежат в основе расчета? 10. Чем отличаются оценочные и

			аналитические способы в оценке эффективности интернет-проектов? 11.Какова структура аналитического отчета об оценке эффективности рекламных интернет-проектов? Какие основные показатели в нем оцениваются?
--	--	--	--

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 и характеристики интернет-проекта. 2. Структура и уровни интернет-проекта. 3. Участники интернет-проектов и требования к ним. 4. Комплекс ИМК в интернет-проектах. 5. Схема управления интернет-проектами. 6. Стандарты управления интернет-проектами. 7. Проектные процессы и управление ими. 8. Цели и задачи интернет-проектов. 9. Риски и возможности интернет-проектов. 10. Бюджетирование интернет-проектов. 11. Составление плана-графика интернет-проектов. 12. Контроль и оценка эффективности интернет-проектов. 13. Понятие и составляющие медиаэффективности. 14. Измеримость медиаэффективности. 15. Основные принципы медиаизмерений. 16. Методы проведения измерений. 17. Измеримость социальных медиа. 18. Стандарты медиаизмерений. 19. Количественные и качественные позиции медиаизмерений и интегральные показатели. 20. Понятие и виды параметров измерения интернет-проектов по СО. 21. Перечень и описание параметров измерения интернет-преоктов по СО. 22. Типы и география источников. 23. Графические особенности информационного поля. 24. Типы упоминаний и типы материалов. 25. Авторство материалов. Списки площадок и авторов. 26. Качественные параметры измрений интернет-проектов по СО. 27. Маркетинговые индексы в медианалитике. 28. Понятие информационного аудита. 29. Автоматические системы исследования СМИ. 30. Возможности, преимущества и недостатки открытых систем мониторинга. 31. Возможности, преимущества и недостатки систем закрытого типа. 32. Основной функционал баз медиаданных. 33. Медиа показатели закрытых систем. 34. Анализ результатов инфоаудита. Рекомендации по результатам. 35. Сегментация социальных медиа для анализа. Модель PESO. 36. Платный контент и ключевые параметры оценки его эффективности. 37. «Заработанный» контент и ключевые параметры оценки его эффективности. 38. Вирусный контент и ключевые параметры оценки его эффективности.

	39. Собственный контент и ключевые параметры оценки его эффективности. 40. Ресурсы для инфомониторинга социальных сетей. 41. Открытые и закрытые ресурсы инфомониторинга, их преимущества и недостатки. 42. Отчет о результатах эффективности бренда в социальных сетях. Основные разделы отчета. Презентация отчета заказчику/руководству. 43. Понятие рекламной эффективности. Соотношение понятий эффект и эффективность применительно к интернет-проектам. 44. Основные параметры оценки рекламных эффектов. Сопоставление медиа эффектов и рекламных эффектов. 45. Показатели оценки рекламной эффективности интернет-проектов. Построение воронки коммуникационных эффектов. 46. Основные способы оценки рекламной эффективности в интернет-проектах. 47. Оценка медиа и рекламных эффектов. 48. Подготовка аналитического отчета по оценке эффективности рекламных интернет-проектов. Основные разделы отчета и их содержание. 49. Показатели для сравнения в отчете. Перечень и периодичность. 50. Принципы составления аналитического отчета. 51. Оценка качества рекламного трафика в отчете. 52. Сводка рекламной кампании в отчете. 53. Отчет по рекламным площадкам. 54. Отчет по конверсиям ключевых слов. 55. Динамика показателей эффективности в отчете. 56. Основные результаты отчета и рекомендации по ним.
--	---



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)
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
КОММУНИКАЦИЙ В ИНТЕРНЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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. Разновидности коммуникаций в Интернете и метрики их эффективности	Контрольная работа	1. Чем отличаются метрики баннерной и видеорекламы? 2. Где наиболее эффективно использование таргетированной рекламы? 3. В каких случаях наиболее эффективно использование контекстной рекламы? 4. Что такое CPA и в чем он может измеряться? 5. Как расшифровывается термин CPM и что он измеряет? 6. Какая реклама считается нативной и как оценивается ее эффективность? 7. Что такое реклама в ритейл-медиа и для кого она предназначена? Учитывается ли она в измерениях рынка АКАР? 8. Что такое SEO-оптимизация и как она оценивается? 9. Каковы составляющие цифрового PR? 10. Как маркируется реклама в Интернет?
2	РАЗДЕЛ 2. Использование количественных методов для исследования коммуникаций в интернете	Контрольная работа	1. Что представляет собой программа коммуникационного исследования? Из каких разделов она состоит? 2. Какие методы интернет-коммуникаций можно считать основными и в каких случаях они применяются?

			- Опишите процедуру опроса. В чем преимущества и недостатки метода? - В чем особенности проведения онлайн-анкетирования? Как они влияют на процедуру метода? - В чем особенности онлайн-интервью? Как они влияют на процедуру метода? - Опишите процедуру контент-анализа. В чем преимущества и недостатки метода? - Какие системы мониторинга контент-стратегий используются на российском рынке? Назовите их основные метрики и виды отчетов?
3	РАЗДЕЛ 3. Использование качественных методов для исследования коммуникаций в интернете	Контрольная работа	- Каковы особенности методологии и основные условия использования качественных методов исследования интернет-коммуникаций? - В чем состоят различия стратегий качественной и количественной методологии? - Каковы разновидности качественных исследований? - В чем особенности метода фокус-группового интервью в режиме онлайн? - Какие методы используются при обработке и анализе данных фокус-групп? - В чем особенности применения метода глубинного интервью в режиме онлайн? - Каковы разновидности глубинных интервью? - Какие методы используются при обработке и анализе данных глубинных интервью? - В чем преимущества и недостатки онлайн методов перед традиционной формой проведения глубинных интервью и фокус-групп?

4	РАЗДЕЛ 4. Исследование рекламной и PR- активности бренда в социальных сетях	Контрольна я работа	1. В чем основа методики оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д.А. Шевченко? 2. Какие характеристики метрик представлены в методике оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д.А. Шевченко? 3. Каковы показатели оценки восприятия бренда в соц. сети и какие методы для этого используются? 4. Каковы показатели оценки взаимодействия с брендом в соц. сети и какие методы для этого используются? 5. Каковы показатели оценки виральности и какие методы для этого используются? 6. Объясните термин ERR? Что он означает и что измеряет? 7. Объясните термин ER? Что он означает и что измеряет? 8. С какой регулярностью нужно оценивать метрики коммуникации бренда в соц. сетях? 9. Как можно использовать сервис JagaJam для разработки стратегии продвижения бренда в соц. сетях? 10.
---	--	------------------------	---

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. Место цифровых коммуникаций в модели системы интегрированных коммуникаций профессора Д.А. Шевченко. 2. Виды цифровых коммуникаций. 3. Баннерная реклама и ее метрики. Pop-Up окна. 4. Видеореклама и ее метрики. 5. Аудиореклама и ее метрики. 6. Контекстная реклама и ее метрики. 7. Нативная реклама и ее метрики. 8. Таргетированная реклама и ее метрики. 9. Ретаргетинг и рмаркетинг и их метрики. 10. Email-маркетинг и его метрики. 11. Продвижение в социальных сетях и метрики. 12. Блогинг. Реклама у блогеров и ее метрики. 13. Реклама в мессенджерах и ее метрики. 14. Реклама в ритейл-медиа и классифайдах. 15. Реклама в онлайн-играх. 16. SEO-оптимизация и ее метрики. 17. Цифровой PR и его метрики. 18. Особенности маркировки рекламы в Интернет. 19. Понятие исследований коммуникации. 20. Классификация методов исследования коммуникаций. 21. Количественные методы исследования коммуникаций и условия их использования для исследования интернет-коммуникаций. 22. Методология количественного исследования. 23. Программа коммуникационного исследования. 24. Обоснование системы выборки единиц наблюдения. 25. Метод опроса и особенности его применения в Интернете. 26. Разновидности опроса. 27. Анкетирование как процедура. Принципы конструирования и разделы анкеты. Особенности проведения онлайн-анкетирования. 28. Разновидности вопросов анкеты. Конструирование вопросов и вариантов ответов. Требования к постановке вопросов.

	29. Типичные ошибки при разработке анкеты. Проба анкеты (пилотаж). 30. Сайты и приложения для конструирования анкет и проведения онлайн-анкетирования. 31. Особенности интервьюирования в сети Интернет. 32. Виды интервью. 33. Приложения для проведения интервью в сети интернет. 34. Правила проведения интервью в сети Интернет. Преимущества и недостатки онлайн-опроса. 35. Метод контент-анализа и особенности его применения в Интернете. 36. Процедура контент-анализа. 37. Использование Медиалогии для проведения контент-анализа, ее основные метрики и виды отчетов. 38. Условия использования качественных методов для исследования интернет-коммуникаций. 39. Особенности методологии качественного исследования. Различия стратегий в качественной и количественной методологии. 40. Разновидности качественных исследований. 41. Групповая дискуссия или метод фокус-группы. Особенности проведения фокус-групп в режиме онлайн. 42. Тактика качественного анализа. 43. Методы обработки и анализа результатов фокус-групп. 44. Преимущества и недостатки онлайн-дискуссий. 45. Особенности применения метода глубинного интервью в качественных исследованиях. 46. Виды качественных интервью. 47. Особенности проведения интервью в режиме онлайн. Приложения для проведения глубинного интервью. 48. Методы обработки и анализа результатов глубинного интервью. 49. Преимущества и недостатки онлайн-интервью. 50. Характеристика методики оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д.А. Шевченко и ее основные метрики. 51. Характеристики метрик. 52. Метрики восприятия. Показатели метрики и методы оценки. 53. Метрики взаимодействия. Показатели и методы оценки. 54. Метрики виральности. Показатели и методы оценки. 55. Регулярность оценки метрик коммуникации бренда в социальных сетях. 56. Роль аналитического сервиса JagaJam в разработке стратегии продвижения бренда в социальных сетях.
--	--

	57.Использование систем мониторинга и анализа социальных медиа для оценки активности бренда в социальных сетях. 58.Система Brand Analytics. Источники сбора данных. Виды поиска и отчетов.
--	--



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)
ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗНЫХ СФЕРАХ
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел -1	Контрольная работа	1. Является ли проектная деятельность основной работы в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 2. Всегда ли проектная деятельность используется в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 3. Обязательна ли проектная деятельность для работы в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 4. Может ли проектная деятельность быть использована в других сферах, кроме коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 5. Является ли проектная деятельность единственным способом работы в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда

2.	Раздел -2	Контрольная работа	1. Существуют ли разные виды проектов в коммуникации? a) Да b) Нет c) Не всегда 2. Могут ли все проекты в коммуникации быть классифицированы по одному виду? a) Да b) Нет c) Не всегда 3. Всегда ли проекты в коммуникации относятся к одному и тому же виду? a) Да b) Нет c) Не всегда 4. Могут ли проекты в коммуникации иметь несколько видов одновременно? a) Да b) Нет c) Не всегда 5. Существует ли универсальный список всех видов проектов в коммуникации? a) Да b) Нет c) Не всегда
3	Раздел 3	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 Программные методы анализа социальных сетей (Медиалогия, Бренданалитикс, Скан)

4	Раздел 4	Контрольная работа	1. Коммуникационная кампания 2. Интерактивная функция коммуникации 3. Информационная среда 4. Целевая аудитория 5. Коммуникативная эффективность 6. Медиа-сфера 7. «Информационное общество» 8. Каналы коммуникации, относящиеся к медиа-сфере 9. Нью-медиа 10. Факторы выбора медиа для сотрудничества
---	-----------------	--------------------	--

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-2	1. On-line сообщества в России. 2. Формы коммуникации в виртуальной среде. 3. Формы социального взаимодействия в виртуальной среде. 4. Личность в электронном коммуникативном сообществе. 5. Процесс коммуникации в виртуальной среде. 6. Социальные изменения в результате массового общения в Интернете. 7. Ценности и нормы и в виртуальной среде. 8. Новое социальное неравенство и мобильность. 9. Проблемы исследования коммуникации в виртуальной среде. 10. Новые способы реализации индивидуальных потребительских представлений. 11. Понятия интерактивности и интеракции. 12. Предпосылки и перспективы социального взаимодействия в виртуальной среде. 13. Характеристики социального пространства, созданного пользователями сети Интернет. 14. Основные принципы подхода к специальным событиям 15. Характерные особенности инструментов коммуникаций при организации специальных событий. 16. Специфика работа специалиста по

	коммуникациям в рамках организации специальных событий. 17. Выбор стратегий организации специальных событий– экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная. 18. Типология специальных событий. 19. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей организации специальных событий. Основные принципы нейромаркетинга. 20. Перспективы развития организации специальных событий в Информационном обществе. 21. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. 22. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. 23. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа для продвижения специальных событий. 24. Отличительные особенности и виды специальных событий
--	---



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 РЕПУТАЦИЕЙ В ИНТЕРНЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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

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

Перечень вопросов текущего и 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. Оценка эффективности построения	Реферат+презентация	Реферат: Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы (представьте 5 отраслевых примеров)

	репутации		
--	------------------	--	--

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых 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.

ПК-2	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)
ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ В МОБИЛЬНОМ МАРКЕТИНГЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Введение. Интернет как система	Контрольная работа	Кто является автором понятия «Мобильная реклама»? В какой стране Мобильная реклама получил наибольшее развитие на сегодняшний день? Мобильная реклама это: - низкобюджетный маркетинг; - вирусный маркетинг; - нелегальный маркетинг. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы? - виральность; - виртуальность; - вариативность. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы? - дешевизна; - известный автор; - черный юмор. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы? - использование нецензурной лексики; - необычность, уникальность; - медийный отклик.
2.	Раздел 2. Виды мобильного маркетинга	Контрольная работа	Какую реакцию у аудитории стремится вызвать Мобильная реклама? - желание купить; - шок; - желание сфотографировать и поделиться. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя

			использовать в целях Мобильной рекламы? Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей Мобильной рекламы: - опрос; - наблюдение; - контент-анализ. Что такое трассировка рекламы? - удешевление; - удорожание; - распределение по каналам распространения. Что такое ко-промоушн? - синоним партнерского маркетинга; - быстрый маркетинг, - способ сократить расходы.
3	Раздел 3. «Мобильная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	Контрольная работа	Каковы отличия вирусного маркетинга от Мобильной рекламы? - разные каналы распространения креативного продукта; - разные параметры эффективности; - разные аудитории. Каковы отличия Мобильной рекламы и нативной рекламы? - разная стоимость; - разные правила оформления контента; - разные цели. Как расшифровывается аббревиатура RACE? - Research, Action, Communication, Evaluation - Research, Activity, Communication, Evaluation - Research, Activity, Capacity, Evaluation Какие две науки дали основные методы оценки эффективности Мобильной рекламы? - социология и экономика; - психология и социология; - психология и культурология.
4	Раздел 4. Инструменты «Мобильной рекламы»	Контрольная работа	Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги Мобильной рекламы.
5	Раздел 5. Оценка эффективности мобильной рекламы	Контрольная работа	Метод исследования и оценки результатов Мобильной рекламы «Широко раскрытые глаза», создание проекта. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ

			проекта. Комплексное исследование современных проектов Мобильной рекламы.
--	--	--	---

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Место Мобильной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. 2. Мобильная реклама, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта. 3. Функционирование Мобильной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации. 4. Классификация видов инновационного маркетинга и место Мобильной рекламы. Разграничение Мобильной рекламы, вирусного маркетинга и нативной рекламы. 5. Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Мобильной рекламы. 6. Мобильная реклама как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений. 7. Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. 8. Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.



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)
СОПРОВОЖДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ИНТЕРНЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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. Проектная деятельность как основа работы в сфере коммуникации	Контрольная работа	1. Является ли проектная деятельность основой работы в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 2. Всегда ли проектная деятельность используется в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 3. Обязательна ли проектная деятельность для работы в сфере коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 4. Может ли проектная деятельность быть использована в других сферах, кроме коммуникации? а) Да б) Нет с) Не всегда 5. Является ли проектная деятельность единственным способом работы в сфере

			коммуникации? a) Да b) Нет c) Не всегда
2.	Раздел 2. Виды проектов в коммуникации	Контрольная работа	1. Существуют ли разные виды проектов в коммуникации? a) Да b) Нет c) Не всегда 2. Могут ли все проекты в коммуникации быть классифицированы по одному виду? a) Да b) Нет c) Не всегда 3. Всегда ли проекты в коммуникации относятся к одному и тому же виду? a) Да b) Нет c) Не всегда 4. Могут ли проекты в коммуникации иметь несколько видов одновременно? a) Да b) Нет c) Не всегда 5. Существует ли универсальный список всех видов проектов в коммуникации? a) Да b) Нет c) Не всегда
3	Раздел 3. Коммуникационные проекты: жанры, модели, инструменты	Контрольная работа	1. Существуют ли разные жанры коммуникационных проектов? a) Да b) Нет c) Не всегда 2. Могут ли все коммуникационные проекты быть классифицированы по одной модели? a) Да b) Нет c) Не всегда

			3. Всегда ли коммуникационные проекты используют одни и те же инструменты? a) Да b) Нет c) Не всегда 4. Могут ли коммуникационные проекты использовать несколько моделей одновременно? a) Да b) Нет c) Не всегда 5. Существует ли универсальная классификация жанров, моделей и инструментов коммуникационных проектов? a) Да b) Нет c) Не всегда
4	Раздел 4. Коммуникационные проекты: этапы осуществления, оценка эффективности	Контрольная работа	1. Существуют ли этапы осуществления коммуникационных проектов? a) Да b) Нет c) Не всегда 2. Всегда ли оценка эффективности коммуникационных проектов проводится после завершения проекта? a) Да b) Нет c) Не всегда 3. Всегда ли оценка эффективности коммуникационных проектов осуществляется по одним и тем же критериям? a) Да b) Нет c) Не всегда 4. Могут ли этапы осуществления коммуникационных проектов различаться в зависимости от вида проекта? a) Да b) Нет

			с) Не всегда 5. Существует ли универсальный список критериев для оценки эффективности коммуникационных проектов? а) Да б) Нет с) Не всегда
5	Раздел 5. Технологии и ведения проектной деятельности	Контрольная работа	1. Используются ли технологии в ведении проектной деятельности? а) Да б) Нет с) Не всегда 2. Всегда ли для управления проектами используются специальные программы? а) Да б) Нет с) Не всегда 3. Всегда ли технологии обеспечивают эффективное управление проектами? а) Да б) Нет с) Не всегда 4. Могут ли технологии использоваться для улучшения коммуникации в проекте? а) Да б) Нет с) Не всегда 5. Существуют ли универсальные технологии для ведения проектной деятельности? а) Да б) Нет с) Не всегда

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-3	1) Понятие проекта, проектной деятельности. Цели проектной деятельности 2) Виды и формы проектов, критерии отбора 3) Терминальные (конечные), развивающиеся и открытые проекты 4) Мультипроекты 5) Правовая деятельность: история и современность 6) Виды проектной деятельности 7) Правовая деятельность в зарубежных странах (30е г.ХХ в. по настоящее время) 8) История проектной деятельности в России 9) Проблемы вхождения России в мировое сообщество проектной деятельности 10) История развития проектного метода. Идеи Джона Дьюи
ОПК-7	11) Развитие методов проектного управления в России 12) Отличие традиционного обучения от проектного 13) Управление проектом 14) Организационная структура проектной деятельности 15) Система взаимоотношений участников проектной деятельности 16) Содержание проекта 17) Организационная структура и содержание проекта 18) Организационная структура и окружение проекта 19) Принципы выбора организационной структуры 20) Содержание и этапы проектной деятельности. 21) Управление проектом 22) Правила написания проектов и оформления заявки на финансирование 23) Понятие, цели и виды коммуникационных проектов 24) Интерактивные методы как основа коммуникационного проекта 25) Презентация: виды, формы, правила составления 26) Правила проведения эффективной презентации коммуникационного проекта



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 ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГ-МИКС

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Эпоха цифрового маркетинга	Контрольная работа	1. Что собой представляет цифровой маркетинг и медиа? 2. Что собой представляет цифровой рынок маркетинговых коммуникаций? 3. Почему целесообразно использовать цифровой маркетинг и медиа вместе? 4. Чем отличается рынок цифровых маркетинговых коммуникаций от традиционного рынка маркетинговых коммуникаций? 5. Отменяет ли появление новых форм рыночной экономике наши традиционные представления об основополагающих принципах маркетинга, маркетинговой теории?
2.	Раздел 2. Цифровой маркетинг-микс	Контрольная работа	1. Какие сервисы используются для автоматизации работы по SMM? 2. Чем обладает и какова польза от использования сервиса JagaJam? 3. Какие направления характерны для конкурентного анализа SMM? 4. Что означает УТП и как его используют в цифровом маркетинге? 5. Как можно охарактеризовать методику оценки социальных медиа профессора Д. Шевченко и М. Шейниной? 6. Каковы основные инструменты

			аналитики социальных сетях?
1.	Раздел 3. Реклама	Контрольная работа	1. В чем принципиальная разница между ATL и BTL? 2. В чем состоит стратегия компании средствами связей с общественностью в цифровой среде? 3. В чем состоит и каковы основные направления стратегии цифрового PR бренда? 4. В чем смысл практических рекомендаций по цифровому PR в реализации коммуникационной стратегии?

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-2	1. Каковы основные подходы к классификации цифровых медиа? 2. Какую классификацию системы маркетинговых коммуникаций предлагает профессор Шевченко Д.А.? 3. Каковы основные 3 типа цифровых носителей? 4. Каковы характерные черты и целесообразность использования собственных медиа? 5. Каковы характерные черты и целесообразность использования платных медиа? 6. Каковы характерные черты и целесообразность использования заработанных медиа? 7. Почему нативная реклама не всегда эффективна? 8. Перечислите основные форматы медийной рекламы? 9. В каких случаях использование баннерной рекламы является целесообразным? 10. В каких случаях использование контекстной рекламы является целесообразным? 12. Что собой представляет и когда используется видеореклама? 13. Что собой представляет и как применяется цифровая баннерная реклама? 14. Что собой представляет и как применяется цифровая контекстная реклама? 15. Что собой представляет и как применяется цифровая таргетированная реклама? 16. Что собой представляет и как применяется цифровая видеореклама? 17. Каковы основные формы оплаты медийной рекламы? 18. Дайте характеристику и объясните специфику способа оплаты: СРМ (стоимость за тысячу)? 19. Дайте характеристику и объясните специфику способа оплаты: СРС (цена за клик)? 20. Дайте характеристику и объясните специфику способа оплаты: CPL (стоимость за лида)?

	21. В чем сходство и различие SEO или PPC? 22. Перечислите достоинства PPC? 23. Почему контекстная реклама - идеальный инструмент для тестирования спроса на продукт в новых нишах? 24. В чем вы видите недостатки использования PPC? 25. Как PPC помогает SEO? 26. В чем специфика и оригинальность модели системы маркетинговых коммуникаций профессора Д. Шевченко? 27. В чем смысл и основные направления SMO - стратегия оптимизации сайтов? 28. В чем смысл и основные направления SMM - маркетинг в социальных сетях? 29. Чем должен заниматься SEO-специалист? 30. Чем должен заниматься SMM менеджер? 31. В чем основная цель SMO? 32. Каковы пять главных принципов SMO? 33. В чем принципиальное отличие и сходство SEO и SMM? 34. Каковы основные направления стратегии цифрового маркетинга ВКонтакте? 35. Каковы основные направления стратегии цифрового маркетинга RuTube?
--	---



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)
КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕН-
НОСТЬЮ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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. Креативный процесс: понятие, этапы.

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. 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.
2. 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).

Раздел 2. Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей.

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Подготовьте полный разбор предложенной преподавателем темы по технике 6 шляп, пропишите каждую шляпу.
2. Для аналитических ответов используйте реальные данные, которые можно найти в специальной литературе или на профильных сайтах.

Раздел 3. Техники на основе выбора решений и аналитики.

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. 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 (смежных проблем).
2. Для аналитических ответов используйте реальные данные, которые можно найти в специальной литературе или на профильных сайтах.

Раздел 3. Планирование и эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Роль креативной идеи в создании рекламы.
2. Рационалистические рекламные стратегии.
3. Новейшие подходы к созданию фирменного стиля.
4. Основные виды PR-материалов и подходы к их созданию.
5. Основные этапы разработки и проведения PR-программ
6. Понятие рекламной идеи.
7. Требования к рекламной идее.
8. Методы генерирования рекламных идей
9. Роль креатива в коммуникативной и экономической эффективности рекламы
10. Креативные приемы создания рекламной идеи: "Демонстрация нетипичной ситуации"
11. Понятие рекламного креатива, существующие проблемы
12. Понятие рекламная стратегии и большой идеи.
13. Современные рекламные стратегии.
14. Понятие рекламного образа и его составляющие
15. Виды брифов. Разделы брифа.
16. Охарактеризуйте винтажную рекламу первой половины 20-го века.
17. Какие традиционные креативные технологии вы знаете?
18. В чем заключаются особенности методов фокальных объектов и контрольных вопросов?
19. Опишите поэтапный план решения креативной задачи (например, в рекламной кампании магазина зонтиков).
20. В чем состоит суть принципов оформления рекламного текста, в части подбора шрифтов?

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 экзамен, 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 анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	1-30
Всего		30

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что такое storytelling в рекламе?

- a) Использование статистических данных
- b) Создание эмоциональной истории для продвижения продукта
- c) Размещение рекламы в социальных сетях
- d) Анализ эффективности рекламы

Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какой из методов относится к креативным технологиям в PR?

- a) Проведение пресс-релизов
- b) Создание вирусного контента
- c) Анализ медиапространства
- d) Все ответы верны

Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Что такое геймификация в рекламе?

- a) Использование игровых элементов для вовлечения аудитории
- b) Проведение лотерей и конкурсов
- c) Создание видеоигр
- d) Анализ игрового рынка

Ответ: _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какой из примеров является использованием UGC (User Generated Content)?

- a) Создание контента брендом
- b) Привлечение пользователей к созданию контента
- c) Покупка рекламы у блогеров
- d) Проведение опросов

Ответ: _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Какой из методов используется для создания эмоционального вовлечения в рекламе?

- a) Использование инфографики
- b) Применение юмора или трогательных историй
- c) Проведение аналитических исследований
- d) Размещение баннеров

Ответ: _____

6. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

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

Ответ: _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

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

Ответ: _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных инструментов используются для генерации идей в рекламе?

1. Фокус-группы
2. A/B тестирование
3. Ментальные карты
4. Контент-анализ
5. Метод ассоциаций

Ответ: _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Какие характеристики отличают креативную рекламу от традиционной?

1. Нестандартный подход к подаче информации
2. Использование только печатных медиа
3. Высокая эмоциональная вовлеченность аудитории
4. Ориентация на массовую аудиторию без сегментации
5. Запоминаемость и виральность

Ответ: _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных технологий используются в связях с общественностью для создания креативных кампаний?

1. Storytelling
2. Пресс-релизы
3. Инфлюенсер-маркетинг
4. Только оффлайн-мероприятия
5. Вирусный маркетинг

Ответ: _____

11. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите правильную последовательность этапов создания креативной рекламной кампании:

1. Анализ целевой аудитории
2. Разработка креативной концепции
3. Определение целей и задач кампании
4. Реализация кампании
5. Оценка эффективности

Напишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

12. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите последовательность этапов проведения мозгового штурма:

1. Формулировка проблемы
2. Генерация идей
3. Отбор и оценка идей
4. Реализация лучших идей
5. Подготовка участников и правил

Напишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

13. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите последовательность этапов работы с технологией storytelling в PR:

1. Создание эмоционально вовлекающего сюжета
2. Определение ключевого сообщения
3. Выбор каналов для распространения истории
4. Анализ аудитории и её потребностей
5. Оценка воздействия истории на аудиторию

Напишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

14. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите последовательность этапов разработки креативной концепции:

1. Исследование рынка и конкурентов
2. Формулировка уникального торгового предложения (УТП)
3. Генерация идей
4. Визуализация концепции
5. Тестирование концепции на целевой аудитории

Напишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

15. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите последовательность этапов создания вирусной рекламной кампании:

1. Разработка креативного контента
2. Выбор платформ для распространения
3. Анализ интересов целевой аудитории
4. Запуск кампании и мониторинг реакции
5. Создание механики вовлечения (например, челленджей)

Напишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

16. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите основные этапы разработки креативной концепции для рекламной кампании. Какие факторы необходимо учитывать на каждом этапе?

Ответ: _____

17. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Какие методы генерации креативных идей вы знаете? Опишите один из них подробно, включая этапы его применения.

Ответ: _____

18. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Как storytelling может быть использован в связях с общественностью? Приведите пример успешной кампании и объясните, почему она была эффективной.

Ответ: _____

19. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Какие современные тренды в креативных технологиях рекламы вы можете выделить? Опишите один из них и его влияние на взаимодействие с аудиторией.

Ответ: _____

20. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как можно оценить эффективность креативной рекламной кампании. Какие метрики и инструменты вы бы использовали?

Ответ: _____

21. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Что такое креативная концепция в рекламе и из каких элементов она состоит?

Ответ: _____

22. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите три метода генерации креативных идей и кратко опишите один из них.

Ответ: _____

23. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для вирусной рекламы? Почему?

Ответ: _____

24. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Что такое storytelling и как он используется в связях с общественностью?

Ответ: _____

25. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Какие современные технологии могут быть использованы в креативной рекламе? Приведите пример.

Ответ: _____

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

Какой из перечисленных методов наиболее эффективен для генерации креативных идей в рекламе?

1. Мозговой штурм
2. SWOT-анализ
3. Контент-анализ
4. Фокус-группы

Ответ: _____

Обоснование:

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

Какой из перечисленных инструментов наиболее эффективен для создания эмоциональной связи с аудиторией в связях с общественностью?

1. Пресс-релизы
2. Storytelling
3. A/B тестирование
4. Анализ конкурентов

Ответ: _____

Обоснование:

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

Какие из перечисленных инструментов используются для генерации идей в рекламе? Выберите несколько вариантов и поясните их применение.

1. Фокус-группы
2. A/B тестирование
3. Ментальные карты
4. Контент-анализ
5. Метод ассоциаций

Ответ: _____

Обоснование:

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

Какие характеристики отличают креативную рекламу от традиционной? Выберите несколько вариантов и обоснуйте свой выбор.

1. Нестандартный подход к подаче информации
2. Использование только печатных медиа
3. Высокая эмоциональная вовлеченность аудитории
4. Ориентация на массовую аудиторию без сегментации
5. Запоминаемость и виральность

Ответ: _____

Обоснование:

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

Какие из перечисленных технологий используются в связях с общественностью для создания креативных кампаний? Выберите несколько вариантов и объясните их роль.

1. Storytelling
2. Пресс-релизы
3. Инфлюенсер-маркетинг
4. Только оффлайн-мероприятия
5. Вирусный маркетинг

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)
ТЕХНОЛОГИИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел -1 «Введение в теорию переговорного процесса»	Контрольная работа	1. Понятие общения, его роль в жизни и профессиональной деятельности человека. 2. Типы межличностного общения и их характеристика. 3. Диалогическое общение как основа переговорного процесса. 4. Структура и средства общения, их использование в процессе ведения переговоров. 5. Коммуникация и условия ее эффективности в переговорном процессе. 6. Условия эффективного взаимодействия в переговорном процессе. 7. Определение понятий «переговоры» и «переговорный процесс». 8. Значение переговоров в современном обществе. 9. Переговоры как специфическая форма общения. 10. Переговоры как диалог и как взаимодействие партнеров.
2.	Раздел -2 «Практич	Контр	1. Стратегии поведения на переговорах в рамках сотрудничества.

	еские аспекты переговор ного процесса»	ольная работа	2. Приемы конструктивной тактики на переговорах в рамках сотрудничества. 3. Стратегии ведения конфронтационных переговоров. 4. Тактика ведения переговоров в рамках конфронтации. 5. Психологическая специфика стратегии и тактики ведения переговоров в экстремальных ситуациях. 6. Особенности переговоров в экстремальных ситуациях. 7. Выдвижение и обсуждение предложений и условий. 8. Достижение договоренности и обеспечение ее выполнение.
--	---	--------------------------	---

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируем ых компетенций	Вопросы /задания
УК-4	1. Психология общения как теоретическая основа ведения переговоров. 2. Диалогическое общение как основа переговорного процесса. 3. Структура и средства общения, их использование в процессе ведения переговоров. 4. Условия эффективного взаимодействия в переговорном процессе. 5. Механизмы межличностного восприятия и особенности его проявления в процессе переговоров. 6. Определение понятий «переговоры» и «переговорный процесс». 7. Значение переговоров в современном обществе. 8. Переговоры как специфическая форма общения. 9. Виды переговоров. Различные классификации переговоров. Основные и второстепенные функции переговоров 10. Предмет переговоров. Позиции и пропозиции в переговорах, их роль и требования к их формулированию. 11. Моральные аспекты переговорного процесса. Основные

	моральные принципы ведения переговоров. 12. Планирование переговорного процесса. Постановка целей. Уяснение пределов возможностей сторон. 13. Начало переговоров. Размещение участников переговоров. 14. Обсуждение процедуры и регламента переговоров. Согласование повестки дня. Определение общих интересов. Пакеты предложений. 15. Основная часть переговоров: выявление разногласий, обсуждение проблем, выдвижение аргументов в поддержку своих взглядов и предложений, их обоснование. 16. Рассмотрение вариантов возможного решения каждой из проблем; согласование позиций. Выработка договоренностей, разработка и принятие совместного соглашения. 17. Завершение переговоров. Подведение итогов переговоров. 18. Техника аргументации в процессе переговоров. 19. Понятие и виды аргументов. Аргументирование и его цели. 20. Основные психологические трудности в переговорах.
ПК-1	21. Стратегия и тактика переговорного процесса. 22. Стратегии поведения на переговорах в рамках сотрудничества. Приемы конструктивной тактики на переговорах в рамках сотрудничества. 23. Стратегии ведения конфронтационных переговоров. Тактика ведения переговоров в рамках конфронтации. 24. Психологическая специфика стратегии и тактики ведения переговоров в экстремальных ситуациях. Особенности переговоров в экстремальных ситуациях. 25. Психология обмана на переговорах. 26. Психологические механизмы влияния (воздействия) на переговорах. 27. Тактика влияния на переговорах. 28. Элементарная социально-психологическая структура процесса социального влияния. 29. Психология обмана на переговорах. Обман (ложь) как социально-психологический феномен переговорного процесса. 30. Психологические признаки обмана со стороны участников переговорного процесса. 31. Психотехнология распознавания обмана (лжи) на переговорах. 32. Психологические основы медиации (посредничества) в переговорном процессе. 33. Сущность и специфика института медиации. Субъекты медиации. Виды и принципы медиации. 34. Психотехнология взаимодействия медиатора с участниками переговоров.

	35. Универсальные модели поведения медиатора на переговорах. 36. Психология культуральных различий и этика в российском и международном переговорных процессах. 37. Понятие о национальных стилях ведения переговоров. 38. Западная культура ведения переговоров. Восточная культура ведения переговоров. Российская культура ведения переговоров.
--	--



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)

ИНТЕРНЕТ-АНАЛИТИКА ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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. Веб-аналитика и ее разновидности	Контрольная работа	1. Дайте определение веб-аналитики и перечислите ее виды. 2. Какова роль веб-аналитики в разработке стратегии цифрового маркетинга? 3. Перечислите основные метрики веб-аналитики в зависимости от ее вида. 4. От чего зависит веб-трафик и количество посещений сайта? 5. Какие системы аналитики для оценки основных веб-метрик существуют? 6. Что такое веб-оптимизация и каковы основные параметры ведения сайта? 7. Для чего и как нужно учитывать обобщенный портрет целевой аудитории в поисковой оптимизации? 8. Что такое ключевые слова и фразы и как их определить? 9. Что такое семантическое ядро сайта и как его сформировать? 10. Как добиться приоритетной поисковой выдачи?
2	РАЗДЕЛ 2. Веб-аналитика социальных сетей и цифровой рекламы	Контрольная работа	1. Дайте определение понятию цифрового маркетинга и перечислите его основные составляющие. 2. Перечислите основные характеристики социальных сетей России. 3. Перечислите и охарактеризуйте основные виды контент-маркетинга. 4. Какие основные показатели социальных

			сетей фиксируют восприятие контента бренда? 5. Какие основные показатели социальных сетей фиксируют взаимодействие подписчиков с контентом? 6. Какие основные показатели социальных сетей фиксируют виральность контента бренда в социальной сети? 7. Какая регулярность требуется для отслеживания каждого типа показателей активности бренда в социальных сетях? 8. Назовите основные автоматизированные сервисы по анализу социальных сетей, их основные метрики и виды отчетов. 9. Дайте определение цифровой рекламы и перечислите ее разновидности. 10. Назовите и охарактеризуйте основные метрики цифровой рекламы в зависимости от ее вида.
--	--	--	---

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. Понятие и виды веб-аналитики. 2. Веб-аналитика сайта. 3. Веб-аналитика социальных сетей. 4. Веб-аналитика цифровой рекламы. 5. Роль веб-аналитики в разработке стратегии цифрового маркетинга. 6. Основные метрики веб-аналитики. 7. Понятие поисковой оптимизации (SEO) и основные параметры ведения сайта. 8. Критерии оценки эффективной работы сайта. 9. Данные о целевой аудитории и их использование в поисковой оптимизации. 10. Внутренняя оптимизация сайта. 11. Факторы внешней оптимизации. 12. Метрики оценки работы сайта. 13. Автоматизированные сервисы анализа сайта. 14. Роль поисковой оптимизации в улучшении интернет-коммуникации компании. 15. Методика оценки сайтов профессора Д. А. Шевченко. 16. Понятие и стратегия цифрового маркетинга социальных сетей. 17. Общее состояние рынка российских социальных сетей. 18. Характеристики социальных сетей и мессенджеров в России. 19. Характеристики видеохостингов в России. 20. Характеристики музыкальных сервисов в России. 21. Характеристики платформ для делового общения в России. 22. Понятие контента и его разновидности. Тренды в производстве и использовании контента. 23. Социально-демографические и психографические характеристики пользователей социальных сетей. Аналитика социальных медиа. 24. Основные показатели страницы. 25. Показатели вовлеченности пользователей. 26. Показатели виральности контента в социальных сетях. 27. Автоматизированные сервисы по анализу социальных

	сетей. 28.Методика оценки коммуникаций бренда в социальных сетях профессора Д.А. Шевченко. 29.Понятие и виды цифровых медиа. 30.Метрики эффективности цифровых 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)
УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПРОДВИЖЕНИЕМ КОНТЕНТА**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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.

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел -1 Стратегия контент- маркетинга	Контрольная работа	1. Создание качественного контента является важной частью стратегии контент-маркетинга? А. Да В. Нет С. Не всегда 2. Контент-маркетинг включает в себя только текстовые материалы? А. Нет В. Да С. Не всегда 3. Стратегия контент-маркетинга должна быть адаптирована под целевую аудиторию? А. Да В. Нет С. Не всегда 4. Контент-маркетинг может быть использован только для онлайн-бизнеса? А. Нет В. Да С. Не всегда 5. Результаты стратегии контент-маркетинга можно измерить? А. Да В. Нет С. Не всегда
2.	Раздел -2 Вовлечение аудитории	Контрольная работа	1. Вовлечение аудитории является ключевым элементом успешного контент-маркетинга? А. Да В. Нет С. Не всегда

			2. Вовлечение аудитории может быть достигнуто только через конкурсы и розыгрыши? А. Нет В. Да С. Не всегда 3. Вовлечение аудитории требует постоянного мониторинга и анализа результатов? А. Да В. Нет С. Не всегда 4. Вовлечение аудитории может быть достигнуто только через социальные сети? А. Нет В. Да С. Не всегда 5. Вовлечение аудитории может быть достигнуто только через создание пользовательского контента? А. Нет В. Да С. Не всегда
3	Раздел 3 Сегментация контента	Контрольная работа	1. Сегментация контента является важным этапом в разработке стратегии контент-маркетинга? А. Да В. Нет С. Не всегда 2. Сегментация контента требует анализа целевой аудитории? А. Да В. Нет С. Не всегда 3. Сегментация контента может быть выполнена только с помощью веб-аналитики? А. Нет В. Да С. Не всегда 4. Сегментация контента должна быть адаптирована под различные каналы дистрибуции? А. Да В. Нет С. Не всегда 5. Результаты сегментации контента можно измерить?

			А. Да В. Нет С. Не всегда
4	Раздел 4 Каналы продвижения контента	Контрольная работа	1. Продвижение контента является важной частью стратегии контент-маркетинга? А. Да В. Нет С. Не всегда 2. Продвижение контента может быть осуществлено только через социальные сети? А. Нет В. Да С. Не всегда 3. Продвижение контента требует использования различных каналов дистрибуции? А. Да В. Нет С. Не всегда 4. Продвижение контента может быть осуществлено только через email-маркетинг? А. Нет В. Да С. Не всегда 5. Продвижение контента может быть осуществлено только через SEO? А. Нет В. Да С. Не всегда

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Какие методы вовлечения аудитории вы знаете? 2. Как провести конкурс или розыгрыш для вовлечения аудитории? 3. Какие инструменты веб-аналитики можно использовать для анализа поведения пользователей на сайте? 4. Как использовать социальные сети для изучения интересов и потребностей аудитории? 5. Какие факторы следует учитывать при анализе конкурентов для понимания своей аудитории? 6. Какие механики вовлечения аудитории вы знаете? 7. Как провести опрос аудитории для получения обратной связи? 8. Какие метрики контента следует отслеживать для оценки его эффективности? 9. Как часто следует проверять метрики контента и как использовать полученные данные для улучшения стратегии контент-маркетинга? 10. Какие метрики контента наиболее актуальны для разных типов контента (текстового, визуального, видео и т.д.)? 11. Что такое сегментация контента и зачем она нужна? 12. Какие методы сегментации контента вы знаете? 13. Как определить целевую аудиторию для вашего контента? 14. Какие факторы следует учитывать при сегментации контента? 15. Как провести анализ конкурентов для определения сегментации контента? 16. Какие инструменты можно использовать для сегментации контента? 17. Как определить наиболее эффективные каналы дистрибуции контента для каждого сегмента аудитории? 18. Как часто следует обновлять сегментацию контента? 19. Какие метрики следует отслеживать для оценки эффективности сегментации контента? 20. Как использовать результаты сегментации контента для улучшения стратегии контент-маркетинга? 21. Какие каналы продвижения контента вы знаете? 22. Как выбрать наиболее эффективные каналы продвижения контента для вашего бизнеса? 23. Какие социальные сети наиболее подходят для продвижения контента? 24. Как использовать email-маркетинг для продвижения контента? 25. Какие инструменты можно использовать для анализа эффективности каналов продвижения контента? 26. Как определить наиболее эффективные форматы контента для каждого канала продвижения? 27. Как часто следует обновлять каналы продвижения контента?

	28. Какие метрики следует отслеживать для оценки эффективности каналов продвижения контента? 29. Как использовать результаты анализа каналов продвижения контента для улучшения стратегии контент-маркетинга? 30. Какие ошибки часто допускаются при выборе и использовании каналов продвижения контента?
--	--



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 ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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.

Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю):

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел -1	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	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	Эссе	Тема эссе «Каковы условия эффективности интернет-кампаний?»
4	Раздел 4	Эссе	Тема эссе «Каковы факторы успеха и опасности вирусной рекламы в сети Интернет?»

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-6	1. Методы создания креативного продукта. 2. История теории и практики управления проектами. 3. Определение и классификация проектов. 4. Характеристика коммуникаций социального проекта. 5. Сущность понятий «компетенция» и «компетентность». 6. Понятие коммуникативной компетентности. 7. Структура коммуникативной компетентности. 8. Характеристика этапа планирования. 9. Распространение информации в сети Интернет. 10. Электронная почта как форма виртуальной коммуникации. 11. Проектные совещания как форма коммуникации. 12. Сформулируйте основные задачи планирования социального проекта. 13. Результаты исследования трудовых процессов Ф. Тейлора и их значение в становлении теории управления проектами. 14. Вклад Г. Гантта в практику управления проектами. 15. Сущность базовых функций менеджмента А. Файоля и их значимость для управления проектами. 16. Отечественная история становления управления проектами. 17. Основные направления деятельности российских организаций по проектному менеджменту. 18. Примеры социальных проектов с учетом различных оснований классификации проектов.
ПК-2	1. Поисковое продвижение сайта. 2. Поддержка сайта: анализ статистики, поддержка работы, продвижения и развития сайта. 3. Типы сайтов, классификация Интернет ресурсов/ 4. Контекстная реклама. 5. Каналы продвижения товаров и услуг в интернете. 6. Типы рекламных кампаний 7. Стратегии продвижения ресурсов в интернет-коммуникациях

	8. Медийная реклама в интернете. 9. Этапы работы медийной интернет рекламы. 10. Контекстная реклама в интернете.
--	---



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 веб-сайтом в Интернет

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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.

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Веб-сайт и его оптимизация	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Какие разновидности сайтов по целевому назначению вам известны и для чего они предназначены? 2. Какие разновидности сайтов по способу доступа вам известны и в чем специфика каждого? 3. Какие разновидности сайтов по технологии создания вам известны и в каких случаях используют каждый из них? 4. Что такое поисковая оптимизация и в чем ее преимущества? 5. Для чего служит поисковая оптимизация? 6. Какие разновидности поисковой оптимизации выделяют и в чем они заключаются? 7. Каковы основные этапы внутренней поисковой оптимизации? 8. Каковы основные этапы внешней поисковой оптимизации? 9. Как анализируют эффективность внутренней оптимизации сайта? 10. Как анализируют эффективность внешней оптимизации сайта?
2	РАЗДЕЛ 2. Контекстная реклама в продвижении веб-сайта	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Что такое контекстная реклама и какова ее роль в продвижении сайта? 2. Каковы основные функции контекстной рекламы? 3. Каковы основные модели оплаты контекстной рекламы? 4. Какие разновидности контекстной рекламы вы можете перечислить? Опишите каждую из них. 5. Каков алгоритм подготовки контекстных объявлений? 6. Для чего нужно анализировать целевую аудиторию в процессе подготовки контекстной рекламы? 7. По каким критериям оценивают контекстную рекламу конкурентов и какие сервисы для этого используют? 8. Какие рекомендации по повышению эффективности текстовых объявлений следует учитывать при подготовке контекстной рекламы? 9. В чем функции контекстной рекламы по сравнению с поисковой оптимизацией? 10. Каковы особенности размещения контекстной рекламы в Яндексe?
3	РАЗДЕЛ 3. Роль ключевых слов и ссылок в SEO	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Дайте определению понятию ключевых слов и метаданных. 2. Какие требования к плотности ключевых слов существуют?

			3. Какие требования к размещению ключевых слов на страницах сайта существуют? 4. Какие требования к размеру ключевых слов существуют? 5. Какие требования к заголовкам на веб-сайте существуют? 6. Как часто нужно производить актуализацию ключевых слов и почему? 7. Что такое кластеризация семантического ядра? 8. Что такое внестраничное SEO и каковы его составляющие? 9. Какие требования к обратным ссылкам нужно учитывать при их составлении? 10. Каковы основные характеристики «плохих» ссылок?
4	РАЗДЕЛ 4. Конкурентный анализ и оценка эффективности веб- сайтов	Контрольная работа	Вопросы к контрольной работе: 1. Что включает в себя конкурентный анализ веб-сайта и какова его роль в управлении им? 2. Какие сервисы можно использовать для поиска конкурирующих веб-сайтов? 3. Какие инструменты для анализа веб-сайтов конкурентов существуют? 4. В чем заключается методика оценки эффективности сайтов «НКВДИ» профессора Д.А. Шевченко? 5. Что такое навигация веб-сайта и по каким параметрам она оценивается? 6. Что такое контент веб-сайта и по каким параметрам он оценивается? 7. Что такое видимость веб-сайта и по каким параметрам она оценивается? 8. Что такое дизайн веб-сайта и по каким параметрам он оценивается? 9. Что такое интерактивность веб-сайта и по каким параметрам она оценивается? 10. Каковы итоговые результаты оценки веб-сайта по методике «НКВДИ»?

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. Цели создания веб-сайтов и их разновидности. 2. Классификация веб-сайтов по целевому назначению. 3. Классификация веб-сайтов по способу доступа. 4. Классификация веб-сайтов по технологии создания. 5. Понятие и преимущества поисковой оптимизации (SEO). 6. Внутренняя оптимизация и ее составляющие. 7. Понятие и алгоритмы составления семантического ядра сайта. 8. Составление списка поисковых запросов. 9. Понятие релевантности сайта. Работа над текстами и страницами сайта. 10. Работа над структурой сайта. 11. Добавление сайта в каталоги поисковых систем. 12. Понятие и факторы внешней оптимизации веб-сайта. 13. Анализ ссылок веб-сайта и разработка стратегии ссылочного продвижения сайта. Мониторинг работоспособности ссылок. 14. Анализ эффективности внутренней и внешней оптимизации сайта. 15. Понятие индексации. Индекс цитируемости и взвешенный индекс цитирования (ВИЦ). PageRank. Тематический индекс цитирования (ТИЦ). 16. Понятие и роль контекстной рекламы в продвижении веб-сайта. 17. Функции контекстной рекламы. 18. Основные модели оплаты контекстной рекламы. 19. Разновидности контекстной рекламы. 20. Анализ целевой аудитории и контекстной рекламы конкурентов. Сервисы для оценки рекламы конкурентов. 21. Рекомендации по повышению эффективности текстовых объявлений. 22. Сравнение роли поисковой оптимизации и контекстного продвижения. 23. Особенности размещения контекстной рекламы в Яндексе. «Яндекс.Директ». 24. Разновидности контекстной рекламы в Яндекс.Директ. 25. Применение систем искусственного интеллекта при

	размещении в «Яндекс.Директ». 26.Применение ретаргетинга и ремаркетинга в Яндекс-директ. 27.Приоритетное размещение в информационно-справочных системах Яндекса «Яндекс-Справочник» и «Яндекс-Услуги». 28.Понятие ключевых слов и метаданных. Требование к плотности ключевых слов и к размещению ключевых слов на страницах веб-сайта. 29.Требования к размеру ключевых слов и к заголовкам текстов на веб-сайте. 30.Источники для подбора ключевых слов. Актуализация ключевых слов. 31.Кластеризация семантического ядра. Дифференциация запросов на информационные и коммерческие. 32.Понятие и элементы внестраничного SEO. 33.Понятие обратных ссылок. Требования к обратным ссылкам. Алгоритм работы обратных ссылок. 34.SEO-аудит внешних ссылок. Инструменты и сервисы для проведения SEO-аудита. 35.Понятие реферального трафика. Источники и разновидности реферального трафика. 36.Характеристики «плохих ссылок». Инструменты для удаления «плохих ссылок». Условия отклонения ссылок. 37.Методы получения ссылок. 38.Понятие и роль конкурентного анализа веб-сайтов. 39.Мониторинг и анализ сайтов конкурентов. Перечень элементов для мониторинга и анализа. 40.Основные группы конкурентов. Список сервисов для поиска конкурентов. Инструменты для изучения SEO-параметров сайтов конкурентов. 41.Описание методики оценки веб-сайтов «НКВДИ» профессора Д.А. Шевченко. Критерии оценки сайтов в методике.
--	---



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 КОРПОРАТИВНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ
ОРГАНИЗАЦИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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.

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Сущность корпоративных коммуникаций	Контрольная работа	Учитывают ли современные компании потребности целевой аудитории при выборе инструментов коммуникации? • Да • Нет • Не всегда Меняются ли способы корпоративной коммуникации с развитием технологий? • Да • Нет • Не всегда Остаются ли основные принципы корпоративной коммуникации неизменными на протяжении времени? • Да • Нет • Не всегда Общается ли компания с потребителями своей продукции? • Да • Нет • Не всегда Включает ли бизнес-окружение компании партнеров и поставщиков? • Да • Нет • Не всегда Общается ли компания с властными организациями для лоббирования интересов? • Да • Нет

			• Не всегда Имеет ли компания дела с акционерами и инвесторами? • Да • Нет • Не всегда Учитывает ли компания мнение сотрудников при принятии управленческих решений? • Да • Нет • Не всегда Взаимодействует ли компания с широкой общественностью через мероприятия с общественным резонансом? • Да • Нет • Не всегда
2.	Раздел 2. Корпоративная социальная ответственность	Контрольная работа	Считается ли корпоративная социальная ответственность (КСО) обязательной для всех компаний? • Да • Нет • Не всегда Может ли внедрение КСО увеличить лояльность клиентов? • Да • Нет • Не всегда Следует ли компаниям учитывать экологические стандарты в рамках КСО? • Да • Нет • Не всегда Включает ли КСО в себя вопросы обеспечения безопасных условий труда? • Да • Нет • Не всегда Должны ли компании в рамках КСО вести благотворительную деятельность? • Да • Нет • Не всегда Способствует ли внедрение КСО повышению продаж?

			• Да • Нет • Не всегда Может ли КСО помочь привлечь и удержать талантливых сотрудников? • Да • Нет • Не всегда Следует ли компаниям при внедрении КСО сотрудничать с местными сообществами? • Да • Нет • Не всегда Влияет ли КСО на репутацию бренда? • Да • Нет • Не всегда
3	Раздел 3. Антикризисные коммуникации	Контрольная работа	Антикризисные коммуникации включают в себя стратегии для управления кризисной ситуацией? Да Нет Не всегда Важным аспектом антикризисных коммуникаций является установление открытого и прозрачного контакта с заинтересованными сторонами? Да Нет Не всегда Антикризисные коммуникации ориентированы только на внешние аудитории компании? Да Нет Не всегда План антикризисных коммуникаций обязательно должен включать разработку стратегии восстановления репутации компании? Да Нет Не всегда

			Критические ситуации, требующие антикризисных коммуникаций, могут включать естественные катастрофы, технические отказы или общественные скандалы? Да Нет Не всегда В качестве части антикризисной стратегии, компания должна предпринимать меры для предотвращения кризисов? Да Нет Не всегда Ключевым элементом антикризисных коммуникаций является быстрая реакция на возникшую ситуацию? Да Нет Не всегда В ходе кризиса коммуникация с общественностью должна быть ограничена, чтобы избежать дополнительных проблем? Да Нет Не всегда
4	Раздел 4. Связи с общественностью в системе корпоративных коммуникаций	Контрольная работа	Является ли понятие общественности ключевым в теории и практике публичных отношений? Да Нет Не всегда Что такое ситуативный подход к определению общественности? Определение общественности на основе текущих обстоятельств Определение общественности на основе прошлого опыта Определение общественности на основе будущих прогнозов Какие факторы ситуативного характера превращают латентную общественность в активную? Осознание проблемы, осознание ограничений, уровень включенности Пол, доход, возраст, семейное положение, образование Географический, демографический, психографический подходы

			Что такое географический подход к определению целевых групп общественности? Учет природных или административно-территориальных границ Учет пола, дохода, возраста, семейного положения, образования Учет характеристик психологических и образа жизни Что такое демографический подход к определению целевых групп общественности? Учет географических границ Учет пола, дохода, возраста, семейного положения, образования Учет характеристик психологических и образа жизни Что такое психографический подход к определению целевых групп общественности? Учет характеристик психологических и образа жизни Учет официальных положений индивидов Учет мнений и репутации других людей Что такое подход с учетом скрытой власти? Учет людей, оказывающих незаметное экономическое и политическое влияние Учет официальных положений индивидов Учет мнений и репутации других людей Что такое подход с учетом статуса? Учет официального положения индивида Учет характеристик психологических и образа жизни Учет мнений и репутации других людей
5	Раздел 5. Отношения с инвесторами	Контрольная работа	Связи с инвесторами — это просто работа по широкому освещению стратегического направления развития компании? Да Нет Не всегда Связи с инвесторами — это дисциплина, требующая собственного стратегического планирования? Да Нет Не всегда

		Связи с инвесторами превратились в отдельную профессию? Да Нет Не всегда Вопросы связей с инвесторами ограничиваются сферой компетенции IR-менеджера? Да Нет Не всегда Высшее руководство компании общается с аудиториями, решая вопросы отношений с инвесторами? Да Нет Не всегда В сегодняшнем обществе все сказанные слова быстро доходят до инвесторов и других заинтересованных сторон? Да Нет Не всегда Успех компании на данном рынке определяется степенью убедительности, с которой она представляет свою способность к стратегическому развитию? Да Нет Не всегда Вселяя уверенность в своих инвесторов, компания создает новую стоимость? Да Нет Не всегда В российской практике IR-менеджмент появился относительно недавно? Да
--	--	---

			Нет Не всегда
--	--	--	------------------

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Что такое корпоративная культура? 2. Какие существуют виды корпоративной культуры? 3. Каковы особенности формирования корпоративной культуры? 4. Какие факторы влияют на развитие корпоративной культуры? 5. Как оценить эффективность корпоративной культуры? 6. Какие существуют методы управления корпоративной культурой? 7. В чём заключается роль руководителя в формировании корпоративной культуры? 8. Какие существуют способы поддержания корпоративной культуры? 9. Какие преимущества имеет сильная корпоративная культура? 10. Какие существуют проблемы и вызовы в управлении корпоративной культурой? 11. Что такое корпоративная социальная ответственность? 12. Почему компании должны быть социально ответственными? 13. Какие существуют примеры корпоративной социальной ответственности? 14. Какие выгоды получает компания от участия в корпоративной социальной ответственности? 15. Какие существуют препятствия для реализации корпоративной социальной ответственности? 16. Какие механизмы контроля и оценки эффективности корпоративной социальной ответственности применяются? 17. Какие этические принципы должны соблюдать компании в рамках корпоративной социальной ответственности? 18. Какие существуют международные стандарты корпоративной социальной ответственности? 19. Какие инструменты используются для продвижения корпоративной социальной ответственности среди сотрудников? 20. Какие существуют примеры успешной реализации корпоративной социальной ответственности в мире? 21. Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации? 22. Какие цели преследует стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций? 23. Какие элементы включают в себя интегрированные маркетинговые коммуникации? 24. Какие преимущества имеют интегрированные маркетинговые коммуникации перед традиционными подходами? 25. Какие существуют этапы разработки стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций? 26. Какие инструменты и техники используются для координации различных элементов маркетинговых коммуникаций? 27. Какие факторы следует учитывать при планировании интегрированных маркетинговых коммуникаций?

	28. Какие существуют примеры успешной реализации стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций? 29. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций? 30. Какие рекомендации можно дать для эффективного внедрения и управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями? 31. Что такое антикризисные коммуникации? 32. Какие этапы включает процесс антикризисных коммуникаций? 33. Какие существуют стратегии антикризисных коммуникаций? 34. Какие факторы следует учитывать при разработке плана антикризисных коммуникаций? 35. Какие инструменты и техники используются в антикризисных коммуникациях? 36. Какие ошибки часто допускаются в антикризисных коммуникациях? 37. Какие существуют правила эффективного общения в кризисной ситуации? 38. Какие рекомендации можно дать для подготовки к кризисным ситуациям? 39. Какие меры необходимо предпринять после кризиса? 40. Какие уроки можно извлечь из опыта антикризисных коммуникаций других компаний?
--	--



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)

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БЛОГОВ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1	Контрольная работа	Является ли SMM дешевым способом продвижения? Да Нет Не всегда Нужно ли набирать много подписчиков в социальных сетях? Да Нет Не всегда Достаточно ли просто присутствовать в социальной сети для успешного SMM? Да Нет Не всегда Являются ли SMO и SMM одним и тем же? Да Нет Не Всегда Какие основные цели ставятся перед SMM-менеджером? Повышение лояльности клиентов Рост узнаваемости бренда Управление репутацией компании Повышение посещаемости сайта Информирование о рекламных акциях Повышение продаж Все вышеперечисленное Что такое SMM? Социальный медиа маркетинг

			Комплекс мероприятий в социальных сетях Партизанский маркетинг в социальных медиа Открытая реклама Является ли SMM открытой рекламой? Да Нет Не всегда Нужно ли пользователям понимать, что им предлагают продукт? Да Нет Не всегда Поощряет ли SMM размещение продвигаемой информации другими пользователями? Да Нет Не всегда
2.	Раздел 2	Контрольная работа	Предоставляет ли информационный контент полезную информацию для разбора вопросов? Да Нет Не всегда Имеет ли развлекательный контент целью увеличение лояльности клиентов? Да Нет Не всегда Стимулирует ли вовлекающий контент активное взаимодействие аудитории? Да Нет Не всегда Может ли пользовательский контент помочь компаниям экономить время и ресурсы? Да Нет Не всегда Направлен ли продающий контент на продажи конкретных товаров или услуг? Да Нет Не всегда

			Является ли информационный контент основанным на фактах и исследованиях? Да Нет Не всегда Включает ли развлекательный контент мемы, цитаты и анекдоты? Да Нет Не всегда Вовлекает ли вовлекающий контент аудиторию в разговор и деление фотографиями? Да Нет Не всегда Может ли пользовательский контент содержать отзывы и обзоры продуктов? Да Нет Не всегда Предоставляет ли продающий контент информацию о предложениях компании? Да Нет Не всегда Включает ли информационный контент новости компании и отрасли? Да Нет Не всегда Увеличивает ли развлекательный контент лояльность клиентов? Да Нет Не всегда
3	Раздел 3	Контрольная работа	Можно не иметь четкий план перед началом съемок видео. Да Нет Не всегда Можно ли использовать смартфон для создания качественного видеоконтента? Да Нет

		Не всегда Следует ли учитывать освещение при выборе места для съемок видео? Да Нет Не всегда Необходимо ли уделять внимание качеству звука при создании видео? Да Нет Не всегда Следует ли добавлять музыкальное сопровождение к видеороликам? Да Нет Не всегда Можно ли использовать рекламные средства в видео контенте? Да Нет Не всегда Следует ли оптимизировать видеоролики под различные платформы социальных сетей? Да Нет Не всегда Можно ли использовать эффекты и анимацию для улучшения видео контента? Да Нет Не всегда Необходимо ли следить за трендами и интересами целевой аудитории при создании видео контента? Да Нет Не всегда Важно ли поддерживать постоянную частоту публикаций видео на канале или платформе? Да Нет Не всегда
--	--	--

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Что такое блог? 2. Какие типы контента обычно размещаются в блогах? 3. Как выбрать тему для своего блога? 4. Какие платформы наиболее популярны для создания блогов? 5. Как оптимизировать контент блога для поисковых систем? 6. Каковы преимущества использования плагинов для блога? 7. Как привлечь читателей к своему блогу? 8. Какие форматы контента могут увеличить взаимодействие с читателями? 9. Как монетизировать свой блог? 10. Какие ошибки следует избегать при создании и ведении блога? 11. Какие существуют виды контента? 12. Чем отличается информационный контент от развлекательного? 13. Что такое обучающий контент? 14. Какой формат контента лучше всего подходит для визуального восприятия? 15. Что такое интерактивный контент? 16. Какой формат контента позволяет пользователям взаимодействовать с брендом? 17. Что такое UGC (User-Generated Content)? 18. Какой формат контента может повысить доверие к бренду? 19. Что такое видеоконтент? 20. Какой формат контента лучше всего подходит для передачи эмоций? 21. Что такое видеоконтент? 22. Какие форматы видеоконтента существуют? 23. Какие преимущества имеет использование видеоконтента? 24. Как создать качественное видео? 25. Как оптимизировать видео для поисковых систем? 26. Как использовать видео для увеличения вовлеченности аудитории? 27. Какие инструменты можно использовать для создания

	видео? 28. Как определить эффективность видеоконтента? 29. Какие тренды в создании видеоконтента сейчас актуальны? 30. Как использовать видео для продвижения бренда или 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)
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В
ИНТЕРНЕТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ

«Управление интернет-проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

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

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

Перечень вопросов текущего и 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. Сущность и виды специальных событий как проекта	Контрольная работа	1. Коммуникационная кампания 2. Интерактивная функция коммуникации 3. Информационная среда 4. Целевая аудитория 5. Коммуникативная эффективность 6. Медиа-сфера 7. «Информационное общество» 8. Каналы коммуникации, относящиеся к медиа-сфере 9. Нью-медиа 10. Факторы выбора медиа для сотрудничества
----	--	-----------------------	--

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Коды контролируемых компетенций	Вопросы /задания
ПК-2	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. Перспективы развития организации специальных событий в Информационном обществе. 27. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. 28. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. 29. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа

	медиа для продвижения специальных событий. 30. Отличительные особенности и виды специальных событий
--	--



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
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	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 глобулярий.
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 распознавания.
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 каждого 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)
ОСНОВЫ КОГНИТИВНЫХ И СЕМАНТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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. Основы когнитивных и семантических технологий.

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: УК-1.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Сформулируйте понятие когнитивных технологий
2. Сформулируйте отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта
3. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.
4. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.
5. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
6. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
7. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике.
8. Опишите прикладные задачи семантического анализа текстовых документов.
9. В чем заключается сложность выполнения семантического анализа
10. Опишите модель семантического искусственного интеллекта
11. Расскажите о теории понятий и о технологии семантического мышления
12. Выполните обзор программ индексации и сравнения текстов.
13. В чем заключается метод преобразования и сравнения текстовой информации.
14. Назовите комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта.
15. Сформулируйте понятие когнитивных технологий
16. Сформулируйте отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта
17. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.
18. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.
19. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
20. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
21. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике.
22. Опишите прикладные задачи семантического анализа текстовых документов.
23. В чем заключается сложность выполнения семантического анализа
24. Опишите модель семантического искусственного интеллекта
25. Расскажите о теории понятий и о технологии семантического мышления
26. Выполните обзор программ индексации и сравнения текстов.
27. В чем заключается метод преобразования и сравнения текстовой информации.

28. Назовите комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта.

Раздел 2. Работа с большими данными.

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Код контролируемой компетенции: УК-1.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Дайте определение понятия больших данных.
2. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
3. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
4. Перечислите наукометрические базы данных в России.
5. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.
6. Выполните сравнительную характеристику категорий "Большие данные и бизнес-аналитика".
7. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
8. Раскройте содержание системы, предназначенной для сбора и анализа неформализованной персонализированной информации
9. Опишите способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.
10. Опишите методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов.
11. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных.
12. Опишите методы статистического анализа текста.

Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа

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-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	1-25
Всего		25

Код контролируемой компетенции: УК-1

1.Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа, обведите в кружок.

Сформулируйте определение понятия когнитивных технологий

1) это информационные технологии, специально ориентированные на развитие интеллектуальных способностей человека. Когнитивные технологии развивают воображение и ассоциативное мышление человека.

2) совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата, а в широком смысле — применение научного знания для решения практических задач.

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.

2.Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа, обведите в кружок

Выберите алгоритм, который используется в большинстве нейронных сетей.

1)Алгоритм градиентного спуска

2) Линейный алгоритм

3) Циклический алгоритм

3.Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа, обведите в кружок

Опишите цепь Маркова

1) последовательность случайных событий с конечным или счётным числом исходов, где вероятность наступления каждого события зависит только от состояния, достигнутого в предыдущем событии

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.

4.Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа, обведите в кружок

Значение термина «семантика».

1) языкознание, языковедение — наука, изучающая язык.

2) это раздел семиотики и лингвистики, изучающий знаки и знаковые системы как средства выражения значения и смысла

3) раздел астрономии, изучающий небесные тела, их системы и пространство между ними на основе анализа происходящих во Вселенной физических процессов и явлений.

5.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Прикладные задачи семантического анализа текстовых документов.

1) Поиск документов.

2)Ручной труд

3) Классификация и рубрикация документов, определение тематики документов.

4) Синтез текстов.

5) Проверка корректности текстов.

6)Педагогическая работа.

7) Построение тезаурусов и онтологий.

8)Предоставление рекомендаций.

6.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Выберете популярные инструменты для семантического анализа.

- 1) NLTK (Natural Language Toolkit)
- 2) SpaCy.
- 3) BMW

7.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Основные принципы системного анализа.

- 1) Принцип конечной цели.
- 2) Принцип измерения.
- 3) Дедуктивный метод
- 4) Индуктивный метод

8.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Назовите виды категорий системного анализа.

- 1) Анализ виртуальный
- 2) Анализ структурный
- 3) Анализ функциональный

9.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Опишите средства контроля достоверности информации.

- 1) Визуальные методы контроля
- 2) Интуитивный метод
- 3) Программные методы контроля

10.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Проанализируйте области применения больших данных.

- 1) Бизнес и маркетинг.
- 2) Селекция агрокультур
- 3) Транспорт и логистика.

11.Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

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

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.

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

1. I ПРИМЕРЫ	2. II ВИД ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ
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

7. А	8. Б	9. В	10. Г	11. Д
12.	13.	14.	15.	16.

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Сформулируйте отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта.
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 семантического анализа
Ответ _____

20. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
В чем заключается суть выполнения семантического анализа
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. Обведите правильные ответы в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Выберите методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов, и дайте им определения

1) Система MedLEE.

2) KMCI.

3) Изотермическая кристаллизация

Ответ _____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Основные типы обучения нейросетей

1) обучение с учителем и без учителя

2) 3д моделирование и абстракционизм

3) ручное написание алгоритмов

Ответ _____



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

Приложение 2 к Рабочей программе
дисциплины

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕАЛИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе	Презентация	Форма практического задания: презентация с докладом 1. Социальные проблемы людей с инвалидностью, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество 2. Психологические проблемы, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество 3. Расскажите о пространственных барьерах для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата, зрения. 4. Особенности проявления инвалидности и этика построения коммуникации с людьми, имеющими инвалидность: • По зрению • По слуху • Речь • НОДА • Умственная отсталость • РАС
		Тестирование	1. В какой стране мира впервые начали учить детей с ОВЗ и инвалидностью? 1) Испания 2) Франция 3) Германия 2. Дети с каким нарушением развития стали обучаться первыми? 1) Глухие 2) Слепые 3. Образовательная интеграция для учащихся с

			нормативным развитием предусматривает: 1) расположение в классе за одной партой с ребенком с ОВЗ и инвалидностью; 2) свободу выбора обучения в обычном или инклюзивном классе; 3) обязанность помогать в обучении детям с ограниченными возможностями и инвалидностью. 4. Государство гарантирует бесплатно для лиц с инвалидностью: 1) услуги сурдопереводчика 2) питание 3) учебники 5. Рекомендации ПМПК необходимы для: 1) разработки индивидуального учебного плана 2) разработки адаптированной образовательной программы 3) разработки ФГОС 6. Организационные модели ПМПК: 1) отсутствуют 2) вариативны 3) стандартны 7. Возраст обращения в ПМПК для проведения обследования и получения рекомендаций обучающимся с ОВЗ и инвалидностью: 1) от 0 до 18 лет 2) до окончания ими образовательных организаций, реализующих основные или адаптированные общеобразовательные программы 3) от 0 до 23 лет 8. Основной установкой дефектолога, реализующего инклюзивную практику, является: 1) каждый ребенок способен учиться при создании тех или иных специальных условий 2) некоторые дети не способны к обучению 3) дети с ОВЗ и инвалидностью должны учиться в специализированных школах 9. Какие образовательные программы необходимы для реализации инклюзивного образовательного процесса: 1) коррекционная образовательная программа как составная часть общеобразовательной программы, 2) адаптированная основная общеобразовательная программа, 3) адаптированная образовательная программа, 4) дополнительная образовательная программа, 5) дополнительная профессиональная программа? 1) Необходимы все программы 2) Необходимы программы 4, 5 3) Необходимы программы 1, 2, 3
--	--	--	--

			10. Какое специальное оборудование для детей с нарушением слуха может быть в образовательном учреждении, реализующим инклюзивную практику из перечисленных: 1) таблички с названиями помещений по Брайлю; 2) табло «Бегущая строка», Световая индикация начала и конца урока, FM - системы для индивидуальной и групповой работы; 3) специальный стул на колесах и с высокой спинкой.
2.	Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование формирования инклюзивного общества	Презентация	Форма практического задания: 1) презентация, 2) доклад с презентацией Примерный перечень тем докладов с разработкой презентации к разделу 2: 1. Опишите модели получения образования детьми с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в регионе Вашего проживания (опираясь на статистические данные и данные из открытых источников). 2. Опыт работы общеобразовательных учреждений Москвы по внедрению инклюзивного образования детей с отклонениями в развитии. 3. Опыт работы общеобразовательных учреждений Ленинградской области по внедрению инклюзивного образования детей с отклонениями в развитии. 4. Опыт работы общеобразовательных учреждений Владимирской области по внедрению инклюзивного образования детей с отклонениями в развитии. 5. О перспективах инклюзивного образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Белгородском регионе. 6. Школа инклюзивного образования «Ковчег». 7. Опыт работы общеобразовательных организаций Самарской области по внедрению инклюзивного образования детей с отклонениями в развитии. 8. Формирование толерантного отношения к детям с ограниченными возможностями здоровья в условиях инклюзивного образования.
		Тестирование	Примерный вариант тестовых заданий: 1. (выберите один из вариантов ответа) Международный документ, в котором не упоминается понятие «инвалид» а) «Всемирная декларация по обучению для всех» б) «Конвенция ООН о правах ребенка» в) «Саламанская декларация и Рамки действий по образованию лиц с особыми потребностями» г) «Дакарские рамки действий»

			2. (выберите один из вариантов ответа) Модель обучения детей, которой соответствует данное положение: общество должно обеспечивать условия жизни, максимально приближенные к нормальным: а) медицинская модель б) модель включения в) модель нормализации 3. (выберите один из вариантов ответа) Модель интегрированного обучения детей, при которой дети с уровнем психофизического и речевого развития, соответствующим или близким к возрастной норме, по 1-2 человека на равных воспитываются в массовых группах (классах), получая постоянную коррекционную помощь учителя-дефектолога специальной группы или класса (Малофеев Н.Н., Шматко Н.Д.): а) частичная интеграция. б) комбинированная интеграция. в) временная интеграция. 4. (выберите один из вариантов ответа) Понятия социальной и педагогической интеграции в специальную педагогику ввела: а) Н.М. Назарова б) Л.М. Шипицина в) М.И. Никитина г) Л.С. Волкова 5. (выберите один из вариантов ответа) Название пути развития интеграции, которому характерно разрушение дифференцированной системы обучения как традиционной формы специального образования и искусственное внедрение западных моделей интегрированного обучения (Н.Н. Малофеев): а) революционный путь б) эволюционный путь в) реформационный путь г) формационный путь 6. (выберите один из вариантов ответа) Автор кооперативно-деятельностной концепции (модели) интеграции детей с особыми потребностями в общество: а) У. Хэберлин б) Г. Фойзер в) Г. Райзер г) А Зандер 7. (выберите один из вариантов ответа) Характеристика модели экстернальной педагогической интеграции (Н.Н. Малофеев, Н.М. Назарова и др.)
--	--	--	---

		а) взаимодействие специального и массового образования. б) интеграция внутри системы специального образования. в) адаптация ребенка с отклонениями в развитии в общую систему социальных отношений и взаимодействий прежде всего в рамках той образовательной среды, в которую он интегрируется. 8. (выберите один из вариантов ответа) Название концепции (модели) интеграции детей с особыми потребностями в общество, которую характеризует следующий тезис – в процессе интеграции происходит естественное по желанию детей сочетание и смена фаз кооперации с фазами индивидуализации в деятельности: а) экосистемная б) кооперативно-деятельностная в) реально-процессуальная г) медико-философская 9. (выберите один из вариантов ответа) Автор, который ввел в теорию и политику современного образования понятие инклюзии: а) И. Дено б) Д. Мерсер в) М. Уилл г) У. Бронфенбреннер 10. (выберите один из вариантов ответа) Автор экосистемной концепции (модели) интеграции детей с особыми потребностями в общество: а) У. Хэберлин б) Г. Фойзер в) Г. Райзер г) А Зандер 11. (установите правильный порядок ответов) Хронологическая последовательность этапов (моделей) обучения детей с особенностями развития: а) модель включения б) модель нормализации в) медицинская модель 12. (установите соответствие между элементами двух множеств) Международная правовая основа инклюзивного образования: <table><tr><td>а) Дакарские рамки действий</td><td>1 2006 г.</td></tr><tr><td>б) Конвенция ООН о правах ребенка</td><td>2 1989 г.</td></tr><tr><td>в) Саламанская декларация и Рамки действий по образованию лиц с особыми потребностями</td><td>3 2000 г.</td></tr><tr><td>г) Конвенция ООН о защите прав инвалидов</td><td>4 1994 г.</td></tr></table>	а) Дакарские рамки действий	1 2006 г.	б) Конвенция ООН о правах ребенка	2 1989 г.	в) Саламанская декларация и Рамки действий по образованию лиц с особыми потребностями	3 2000 г.	г) Конвенция ООН о защите прав инвалидов	4 1994 г.
а) Дакарские рамки действий	1 2006 г.									
б) Конвенция ООН о правах ребенка	2 1989 г.									
в) Саламанская декларация и Рамки действий по образованию лиц с особыми потребностями	3 2000 г.									
г) Конвенция ООН о защите прав инвалидов	4 1994 г.									

			13. (выберите два и более вариантов ответа) Показатели когнитивного компонента сформированности инклюзивной компетентности педагога (по Юсуповой В.Б.): а) совокупность мотивов разных групп, направленных на осуществление педагогической деятельности в условиях инклюзивного обучения. б) адекватно оценивать результаты своей познавательной и квазипрофессиональной деятельности, замечать свои ошибки и стремиться их исправить. в) знание и понимание специфики работы, технологий и методик педагогической деятельности в условиях инклюзивного обучения. г) знание и понимание проблем детей с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся вместе с нормально развивающимися сверстниками. 14. (введите ответ в поле) – это подход в образовательной политики США и Европы, когда ученики с инвалидностью общаются со сверстниками на праздниках, в различных досуговых программах, а если они даже и включены в классы массовой школы, то прежде всего для того, чтобы повысить свои возможности социальных контактов, но не для достижения образовательных целей. 15. (выберите два и более вариантов ответа) К внешним условиям, которые обеспечивают эффективную интеграцию детей с особыми образовательными потребностями, относятся (Малофеев Н.Н., Шматко Н.Д.): а) раннее выявление нарушений (на первом году жизни) и проведение коррекционной работы с первых месяцев жизни, так как в этом случае можно достичь принципиально иных результатов в развитии ребенка, которые позволят ему обучаться в массовом учреждении. б) уровень психофизического и речевого развития, соответствующий возрастной норме или близкий к ней. в) возможность овладения общим образовательным стандартом в предусмотренные для нормально развивающихся детей сроки. г) наличие возможности оказывать интегрированному ребенку эффективную квалифицированную коррекционную помощь
--	--	--	--

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-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	1-7
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	8-13
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	14-20
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	21-25
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

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 похлопать по плечу

Ответ _____

2. 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 _____

3. Прочитайте текст и запишите ответ

Назовите элементы зданий и сооружений, которые подлежат адаптации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Ответ _____

4. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Определите барьеры окружающей среды при полной потере зрения

Ответ _____

5. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Определите барьеры окружающей среды для передвигающихся на кресле-коляске

Ответ _____

6. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Определите барьеры окружающей среды при полной потере слуха

Ответ _____

7. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Дайте определение и приведите примеры ассистивных/вспомогательных технологий

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

8. *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 _____

9. *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 _____

10. 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 _____

11. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Людам, с какими формами инвалидности может потребоваться помощь тифло-сурдопереводчика?

- 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 _____

12. 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 _____

13. 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 _____

Код контролируемой компетенции: УК-5

14. 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 _____

15. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Модель независимой жизни заключается в том, что:

- 1) Люди с инвалидностью неспособны к самообеспечению, профессионально неспособны 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 _____

16. 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 _____

17. 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 _____

18. 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 _____

19. 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 _____

20. 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 _____

Код контролируемой компетенции: УК-6

21. 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 _____

22. 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 _____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Система Брайля предназначена для...

- 1) Незрячих
- 2) Умственно отсталых
- 3) Глухонемых
- 4) Слабослышащих

Ответ _____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа

Каких пандусов не существует?

- 1) подставные пандусы
- 2) отставные пандусы
- 3) откидные пандусы
- 4) перекатные пандусы

Ответ _____

25. 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



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 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Управление интернет-проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

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. Технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения и обработки информации	Защита реферата	1. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения. 2. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением слуха. 3. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения и слуха. 4. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушениями опорно-двигательного аппарата. 5. Универсальные адаптированные средства. 6. Приёмы для адаптации текста в соответствии с особенностями и возможностями восприятия. 7. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах. 8. Адаптивные способы работы в табличных процессорах. 9. Адаптивные возможности программ создания презентаций. 10. Адаптивные возможности обработки графической информации.
2.	Раздел 2. Использование информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья	Защита реферата	11. Специальные возможности и операционных систем семейства Windows. 12. Ассистивные технологии операционных систем семейства Windows. 13. Специальные возможности операционных систем семейства Linux. 14. Ассистивные технологии операционных систем семейства Linux. 15. Специальные возможности операционных систем семейства MacOS. 16. Ассистивные технологии операционных систем семейства MacOS. 17. Специальные возможности и мобильных операционных систем 18. Ассистивные технологии мобильных операционных систем. 19. Технологии работы с реферативными базами данных. 20. Ассистивные технологии работы с реферативными базами данных.

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 **письменной** форме.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	1-16
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	17-27
Всего		27

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. сурдооперевод 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 _____

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 функциональных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья): клавиатуры со специальными возможностями, слуховые аппараты, устройства для чтения с экрана;	1. доступные
Б) видеоматериалы с субтитрами и система доступной цифровой информации	2. стандартные технологии
В) в них входят: веб-браузеры, компьютеры, текстовые процессоры, 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 _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

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 _____