

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Интегрированные коммуникации в профессиональной деятельности

Код модуля
1161704(1)

Модуль
Эффективные коммуникации

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Киселева Наталья Алексеевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	сервиса и туризма

Согласовано:

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

Авторы:

- Киселева Наталья Алексеевна, Доцент, сервиса и туризма

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Интегрированные коммуникации в профессиональной деятельности**

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Интегрированные коммуникации в профессиональной деятельности**

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

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-6 -Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	Д-2 - Проявлять коммуникативные умения З-3 - Описать принципы, каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры У-2 - Самостоятельно выбирать каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия

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

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.6		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	3	40
<i>домашняя работа</i>	4	60
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.6		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.4		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.4		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	10	40
<i>контрольная работа</i>	14	60
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

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

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

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

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

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

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

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ**5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля****5.1.1. Лекции**

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

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Понятие интегрированных коммуникаций, их управленческая сущность.

Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций.

2. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.

3. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

4. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

5. Управление информационным потоком в современных коммуникациях

6. Интегрированные технологии продвижения во внешних и внутренних коммуникативных пространствах.

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

Примерные задания

Решения ситуационных задач.

Примерные вопросы:

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

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

История становления и развития PR в России.

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

LMS-платформа

1. Не предусмотрена.

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

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа № 1

Примерный перечень тем

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

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

3. Составление медиа-карты печатных изданий сервисной сферы.

Примерные задания

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

Подготовьте экспресс-информацию.

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

Составить медиа-карту печатных изданий сервисной сферы.

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

LMS-платформа

1. Не предусмотрена.

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Разработка и проведение рекламной и PR-кампании.
2. Основные принципы и этапы разработки и проведения комплексных рекламных кампаний.

3. Реклама как главный инструмент продвижения компании.

Примерные задания

Контрольная работа проводится в форме тестирования:

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

2. Основными чертами рекламы является:

- 1) Бесплатность;
- 2) Посредственность;
- 3) Разнонаправленность;
- 4) Персонализированность;
- 5) Отсутствие основной темы.

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

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

LMS-платформа

1. Не предусмотрена.

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

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

Примерные задания

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

О чем идет речь?

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

LMS-платформа

1. Не предусмотрена.

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

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

Примерные задания

Задание № 1

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

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

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слову».

Задание № 2

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

LMS-платформа

1. Не предусмотрена.

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Основные составляющие процесса коммуникации.
2. Основные составляющие процесса коммуникации.
3. Основные составляющие процесса коммуникации.
4. Особенности каналов информации и специфика работы с информацией в журналистике, PR, рекламе.
5. Управленческие функции PR, отличия маркетинга и PR.
6. Особенности восприятия информации.
7. Феномен общественного мнения.

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

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с	Технология формирования	ОПК-6	З-3 П-2	Домашняя работа № 1

	информацией для использования в практических целях	уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности			Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия
--	--	---	--	--	--