

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цыбикян Балжигт Батсэвжиг
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:45
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р.
Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей
кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
дисциплины (модуля)**

**Б1.О.06.08 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы
Направление подготовки**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК

бакалавр

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:

Председатель методической
комиссии экономического
факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Улан – Удэ, 2022

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).
4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:
 - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).
 - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
 - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля) в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется с
использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования.	Уметь учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, с учетом политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Знать специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Уметь совершать свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Уметь учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Владеть навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Знать профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы	Уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Владеть навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

**2.3 РЕЕСТР
элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)**

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент Наименование
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень вопросов к зачету Критерии оценки к зачету
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Не предусмотрены
3. Средства для текущего контроля	Перечень тем докладов, конспектов, презентаций
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Перечень дискуссионных тем
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект тестовых заданий
	Критерии оценивания
	Шкала оценивания
	Комплект кейс-задач
Критерии оценивания	
Шкала оценивания	

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
			Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	
Критерии оценивания								
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности и тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне	Полнота знаний	Знать: тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования.	Не знает тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования.	Плохо знает тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования.	Знает тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования, но допускает неточности	В полной мере знает тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, политические и экономические механизмы их функционирования, правовые и этические нормы регулирования.	Перечень вопросов к зачету Комплекты заданий для контрольной работы Перечень тем докладов,
		Наличие умений	Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	Не умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	Плохо умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	Умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	В полной мере умеет учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	

			учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы, но допускает неточности	общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности и, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Полнота знаний	Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Не знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Плохо знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности, но допускает неточности	В полной мере знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Перечень вопросов к зачету Комплек заданий для контрольной работы Перечень тем докладов, конспектов, презентаций Перечень дискуссионных тем Комплек контрольных вопросов для проведения устных опросов Комплек тестовых заданий Комплек кейс-задач
		Наличие умений	Уметь: учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Не умеет учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Плохо знает учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности, но допускает неточности	В полной мере знает учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеть: навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности	Не владеет навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности	Плохо владеет навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности	Владеет навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности, но допускает неточности	В полной мере владеет навыками применения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности	
	ОПК-7.2. Осуществляют отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими	Полнота знаний	Знать: профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы	Не знает профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы	Плохо знает профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы	Знает профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы, но допускает неточности	В полной мере знает профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы	
			Наличие умений	Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и	Не умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами,	Плохо умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и	Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами,	

	нормами, принятым профессиональным сообществом		этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	принятым профессиональным сообществом	этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	принятым профессиональным сообществом, но допускает неточности	ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеть: навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Не владеет навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Плохо владеет навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Владеет навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом., но допускает неточности	В полной мере владеет навыками применения профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Нормативная база	
проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.О.06.08 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
Основные характеристики	
промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Процедура получения зачёта -	Представлены в оценочных материалах по данной дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

Перечень вопросов к зачету

Перечень вопросов к зачету	Формируемые компетенции
<ol style="list-style-type: none"> 1. Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе. 2. Корпоративная культура в развивающейся организации: российский и зарубежный опыт. 3. Кодекс корпоративной этики: технология разработки и внедрения. 4. Имидж России и привлекательность российских брендов. 5. Влияние национальных особенностей на характер взаимодействия деловых партнеров. 6. Психологические особенности вербального общения. 7. Практическое определение эталонов межличностного восприятия. 8. Эмпатия как фактор построения и развития межличностных отношений. 9. Человек как источник информации в межличностных отношениях. 10. Факторы, влияющие на процесс коммуникации 11. Достоинства и недостатки каналов коммуникации 12. Важность коммуникативных навыков наряду с профессиональными. 13. Принципы построения эффективной презентации / публичного выступления 14. Методы разрешения конфликтных ситуаций, примеры наиболее и наименее формальных методов. 15. Этическая составляющая во взаимодействии со службами занятости, кадровыми агентствами, фирмами по подбору персонала 16. Национальные и культурные факторы, влияющие на экономическое поведение и деловое общение 17. Характеристика особенностей делового общения в России. Факторы, повлиявшие на их формирование. 18. Нравственная культура общества и личности. 19. Высшие моральные ценности в системе нормативной этики. 20. Прикладная этика: сущность и структура. 21. Профессиональная этика: определение и ее особенности в ПР -деятельности. 22. Нормы в профессиональной этике и профессиональная мораль. 23. Особенности развития этики ПР - деятельности в России. 24. Морально-этические проблемы межличностного общения. 25. Этикет как внешнее проявление нравственной культуры ПР - специалиста. 26. Основные направления ПР - деятельности (сферы деятельности в организации и вне ее). 27. Этические нормы в работе ПР - специалиста со СМИ: актуальные вопросы. Материалы для прессы. 28. Специальные ПР - события и имидж организации. 29. Понятие имиджа организации. Имидж и репутация. Имидж как социальный стереотип. 30. Этические требования к специалистам ПР. Специальная подготовка специалистов. 	<p>ОПК-5 ОПК-7</p>

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.2. Критерии оценки к зачету

зачет (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний.

зачет (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности.

зачет (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой.

незачет (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся

Перечень тем докладов, конспектов, презентаций

1. Управление и организация ПР-службы.
2. Этические аспекты ПР - деятельности.
3. Роль этического знания в разработке профессиональных кодексов.
4. Отличие этика ПР от корпоративной морали.
5. Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе.
6. Ненавистнические речи, их связь с ограничением свободы слова
7. Знания, которыми должен обладать ПР - специалист
8. Этические нормы и принципы этики в ПР - деятельности.
9. Проблемы этики в политических ПР, рекламе и пропаганде.
10. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью в государственном и местном самоуправлении.
11. Право и этика связей с общественностью государственной власти и местного самоуправления.
12. Имидж власти и политического лидера.
13. Идея толерантности и плюрализма в современной этике.

Критерии оценивания

- полнота раскрытия темы;
- степень владения понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины;
- знание фактического материала, отсутствие фактических ошибок;
- умение логически выстроить материал ответа;
- умение аргументировать предложенные подходы и решения, сделанные выводы;
- степень самостоятельности, грамотности, оригинальности в представлении материала (стилистические обороты, манера изложения, словарный запас, отсутствие или наличие грамматических ошибок);
- выполнение требований к оформлению работы.

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
Оценка «отлично» (86-100 баллов)	Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов. Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.

	<p>Ответ четко структурирован и выстроен в заданной логике. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа укладывается в заданные рамки при сохранении смысла. Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения. Видно уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</p> <p>Высокая степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала: стилистические обороты, манера изложения, словарный запас. Отсутствуют стилистические и орфографические ошибки в тексте.</p> <p>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</p>
Оценка «хорошо» (71-85 баллов)	<p>Содержание ответа в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, встречаются несущественные фактические ошибки.</p> <p>Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.</p> <p>Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</p> <p>Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа незначительно превышает заданные рамки при сохранении смысла.</p> <p>Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения, но аргументация не всегда убедительна. Изложение лишь отчасти сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</p> <p>Достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Встречаются мелкие и не искажающие смысла ошибки в стилистике, стилистические штампы. Есть 1–2 орфографические ошибки.</p> <p>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</p>
Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)	<p>Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано удовлетворительное знание фактического материала, есть фактические ошибки (25– 30%).</p> <p>Продемонстрировано достаточное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины, есть ошибки в употреблении и трактовке терминов, расшифровке аббревиатур.</p> <p>Ошибки в использовании категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</p> <p>Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика. Части ответа логически разорваны, нет связей между ними. Ошибки в представлении логической структуры проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа в существенной степени (на 25– 30%) отклоняется от заданных рамок.</p> <p>Нет собственной точки зрения либо она слабо аргументирована. Примеры, приведенные в ответе в качестве практических иллюстраций, в малой степени соответствуют изложенным теоретическим аспектам.</p> <p>Текст работы примерно наполовину представляет собой стандартные обороты и фразы из учебника/лекций. Обилие ошибок в стилистике, много стилистических штампов. Есть 3–5 орфографических ошибок.</p> <p>Работа выполнена не очень аккуратно, встречаются помарки и исправления</p>
Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)	<p>Содержание ответа не соответствует теме задания или соответствует ему в очень малой степени.</p> <p>Продемонстрировано крайне слабое владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (неуместность употребления, неверные аббревиатуры, искаженное толкование и т.д.), присутствуют многочисленные ошибки в употреблении терминов.</p> <p>Продемонстрировано крайне низкое (отрывочное) знание фактического материала, много фактических ошибок – практически все факты (данные) либо искажены, либо неверны.</p> <p>Ответ представляет собой сплошной текст без структурирования, нарушена заданная логика. Части ответа не взаимосвязаны логически. Нарушена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа более чем в 2 раза меньше или превышает заданный. Показаны неверные ассоциативные взаимосвязи категорий и терминов дисциплины.</p> <p>Отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции. Отсутствуют примеры из практики либо они неадекватны.</p> <p>Текст ответа представляет полную кальку текста учебника/лекций. Стилистические ошибки приводят к существенному искажению смысла. Большое число орфографических ошибок в тексте (более 10 на страницу).</p> <p>Работа выполнена неаккуратно, с обилием помарок и исправлений. В работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника без ссылки на него.</p>

Перечень дискуссионных тем

Тема 2. Субъекты этического регулирования связей с общественностью и рекламы

1. Основные подходы к решению моральных проблем в этике ПР
2. Меры, используемые организациями для повышения этического уровня руководства и сотрудников.
3. Сущность проблемы манипулирования, критерии наличия манипулирования в отношениях между людьми.

Тема 7. Кодексы профессионального поведения в сфере рекламы развитых зарубежных стран

4. Критерии качества работы ПР - специалиста с этической точки зрения.
5. Система моральных требований и структура профессиональной этики управления.

6. Профессиональная ответственность ПР специалиста - гарантия выполнения требований профессии.

Критерии оценивания:

- теоретический уровень знаний;
- качество ответов на вопросы;
- подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.);
- практическая ценность материала;
- способность делать выводы;
- способность отстаивать собственную точку зрения;
- способность ориентироваться в представленном материале;
- степень участия в общей дискуссии.

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов Оценка «отлично» (86-100 баллов)	Обучающийся свободно владеет учебным материалом; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения.
4 балла Оценка «хорошо» (71-85 баллов)	Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.
3 балла Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)	Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. Обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
2 балла Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)	Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

1. Интегрированные бизнес - коммуникации: соотношение ПР, рекламы и маркетинга.
2. Планирование тактик в ПР- кампании, этические требования.
3. Конструирование имиджа в ПР - деятельности.
4. Этические принципы и нормы ПР - специалиста.
5. Прикладная этика: сущность и структура.
6. Ситуативная этика: этика публичных отношений.
7. Особенности развития этики ПР деятельности в России.
8. Корректность ведения телефонного разговора и деловой переписки
9. Официальная переписка. Особенности языка служебных документов.
10. Работа специалиста ПР со СМИ: актуальные вопросы.
11. Запрещение некоторых приемов рекламной деятельности: причины.
12. Различия делового этикета в разных странах / культурах.

Критерии оценивания

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
Оценка «отлично» (86-100 баллов)	Студент полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
Оценка «хорошо» (71-85 баллов)	Студент достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения,

	применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)	Студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)	Студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Материалы тестовых заданий Вариант 1

1. Реклама представляет собой:

- а) текстовое сообщение;
- б) стимулирование потребителей;
- в) неличные формы коммуникации.

2. К основным функциям рекламы относятся:

- а) престижная, психологическая и некоммерческая;
- б) информативная, коммерческая и некоммерческая;
- в) стимулирующая, престижная и коммерческая;
- г) информативная, психологическая и стимулирующая.

3. К основным задачам рекламы относятся:

- а) престижные, коммерческие и некоммерческие;
- б) информативные, коммерческие и некоммерческие;
- в) стимулирующие, престижные и коммерческие;
- г) информативные, психологические и престижные.

4. Информативная функция состоит в:

- а) информировании потребителей о свойствах, особенностях, цене товара с помощью рекламы;
- б) заявлении о существовании товара;
- в) заявлении о существовании, формировании знаний о товаре, фирме, их параметрах и особенностях;
- г) в детальном информировании потребителей о фирме и выпускаемой ею продукции.

5. В зависимости от характера задач реклама может быть:

- а) информативная, увещательная, напоминающая;
- б) имиджеобразующая, престижная, функциональная;
- в) утверждающая, прямая, напоминающая.

6. Фирменный блок (логотип) – это:

- а) графическая композиция, состоящая из товарного знака в сочетании с фирменным названием организации (предприятия, компании)
- б) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов, различной документации и материальных объектов организации заказчика;
- в) традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля.

7. Фирменный стиль – это:

- а) оригинальное графическое изображение, символ, в совокупности с определенной цветовой гаммой, обозначающий организацию (предприятие, компанию);
- б) графическая композиция, состоящая из товарного знака в сочетании с фирменным названием организации (предприятия, фирмы), используемая для оформления всех видов рекламной продукции;
- в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов, различной документации и материальных объектов организации рекламодателя;
- г) определенный уникальный вид дизайна, используемый для идентификации фирмы и ее продукции.

8. Кому принадлежит главная роль в организации рекламного процесса:

- а) рекламному отделу и руководству предприятия;
- б) рекламному агентству и рекламному отделу;
- в) рекламодателям и рекламным агентствам.

9. Возглавляет рекламную службу:

- а) управляющий;
- б) заместитель директора предприятия;
- в) лицо из рекламного агентства.

10. Значение рекламы в деятельности предприятия заключается:

- а) в рассказе о предприятии;

- б) в информировании работников предприятия о его состоянии;
- в) в стимулировании сбыта и формировании потребностей потребителей.

Вариант 2

1. К основным принципам, используемым для привлечения внимания и убеждения, относятся:

- а) изучение конкурентоспособности фирмы; выявление факторов, влияющих на снижение затрат по рекламной деятельности, изучение конъюнктуру рынка;
- б) изучение покупательской способности клиентов; изучение мотивов покупателей к приобретению товаров;
- в) изложение клиенту перечня преимуществ; изучение выгод или мотивов, побуждающих к совершению действия; изучения рынка.

2. Какие приемы можно использовать в своей работе для привлечения внимания к рекламному объявлению?

- а) изложить клиенту характеристику вашей фирмы; познакомить с другими покупателями продукции предприятия, довести до сведения клиентов цены на продукцию;
- б) изучить выгоды или мотивы, побуждающие к совершенствованию действия, объяснить преимущества приобретения покупателем товаров;
- в) изложить клиенту перечень преимуществ; изучить выгоды или мотивы, побуждающие к совершенствованию действия, изучить рынок.

3. К принципам эффективной рекламы относятся:

- а) идея, аргументация, маневренность;
- б) обоснованность и привлекательность;
- в) идея, обоснование, аргументация, актуальность, качество товара, быстрота поставки и безопасность в эксплуатации.

4. Какие элементы используются в рекламной кампании:

- а) цель, объемность и направленность;
- б) цель, аудитория и объективность;
- в) цель, аудитория и стратегия.

5. Сколько правил рекламы существует:

- а) 10;
- б) 20;
- в) 15.

6. В зависимости от вида рекламных сообщений выделяют следующие формы рекламы в прессе:

- а) товарную и престижную рекламу;
- б) рекламные объявления, статьи или иные формы размещения рекламной продукции;
- в) публикации в общественно-политических изданиях и специальных изданиях;
- г) собственно подготовленные и, разработанные с помощью рекламных агентств, сообщения.

7. Знание типологии выставок необходимо для:

- а) правильного подбора экспозиции фирмы;
- б) правильной оценки параметров основного контингента посетителей;
- в) подбора различных форм рекламы во время ее проведения, эффективного выбора места размещения экспозиции.

8. Рекламные средства по назначению рассчитаны на:

- а) оптовых и розничных покупателей;
- б) брокеров и определенные группы населения;
- в) оптовых и розничных покупателей, на определенные группы населения.

9. По месту применения рекламные средства подразделяются на:

- а) внешние и внутренние;
- б) внутренние и наружные;
- в) внутренние и внешние.

10. Средства рекламы классифицируются по:

- а) назначению, месту применения и использованию;
- б) назначению, использованию и техническим средствам;
- в) назначению, месту применения и характеру использования технических средств.

Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-55% заданий

Комплект кейс-задач

Задание №1.

В газете была опубликована реклама, выполненная в виде сравнения двух конкурирующих на рынке моделей одного и того же товара. В рекламе утверждалось, что искусственное занижение цены технического обслуживания модели - конкурента неминуемо отразится на качестве его ремонта и ускорит износ товара при эксплуатации. Организация, осуществляющая на рынке продажу и обслуживание товара - конкурента, обратилась в суд с иском к газете о публичном опровержении рекламы. К исковому заявлению прилагались документы, подтверждающие неправильный характер информации. В какой части был нарушен закон «О рекламе»?

Задание №2.

Каждая реклама имеет свои как позитивные так и негативные стороны. Определите к какому виду средств рекламы относятся нижеприведенные характеристике:

- 1.отсутствие избирательности;
- 2.массовость использования;
- 3.личный контакт;
- 4.низкая стоимость;
- 5.высокая избирательность;
- 6.визуальное ознакомление с товаром;
- 7.мимолетность рекламного контакта;
- 8.высокая стоимость;
- 9.сочетание звука, движения, изображения;
- 10.кратковременность существования, низкое качество воспроизведения;
- 11.малая аудитория вторичных читателей;
- 12.представление только звуковыми средствами;
- 13.мимолетность рекламного контакта;
- 14.высокая степень привлечения внимания;
- 15.широта охвата внимания;
- 16.высокое качество воспроизведения;
- 17.длительность существования;
- 18.высокая частота повторных контактов;
- 19.большие расходы;
- 20.широкий охват аудитории, в режиме реального времени

Задание №3.

Подберите по 3 примера наружной, видео- и радио- рекламы, созданной с нарушением требований этических кодексов профессионального поведения в сфере рекламы развитых зарубежных стран и России. Какие именно принципы этичности рекламы нарушают представленные примеры?

Критерии оценивания:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Шкала оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «отлично» (86-100 баллов)	изложение материала логично, грамотно, без ошибок; свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; студент организует связь теории с практикой.
Оценка «хорошо» (71-85 баллов)	студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)	студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
2 балла Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

