

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цыбин, Балкис Баторович
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:44
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.В.01.07 Проектирование рекламных кампаний в отрасли
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
Профессиональные компетенции					
ПКС-4	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-4.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПКС-5	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в АПК	ПКС-5.1 Участвует в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Знает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	Умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью

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 экзамену
	Критерии оценивания
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Не предусмотрены учебным планом
3. Средства для текущего контроля	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень кейс-задач
	Критерии оценки кейс-задач
	Шкала оценивания кейс-задач
	Перечень тем для подготовки презентаций
	Критерии оценки презентаций
	Шкала оценивания презентаций
	Комплект тестовых заданий
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Комплект заданий для самостоятельной работы:
	Перечень тем для подготовки эссе, конспектов, таблиц, медиаплана, докладов, календарного плана проекта
	Критерии и шкала оценивания
Перечень кейс-заданий	
Критерии и шкала оценивания	

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

оценивания

Код и название компетенции	Код индикатора достижения 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								
			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		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ПКС-4 Способе н разраба тывать и реализо вывать индивид уальные и/или коллект ивные проекты в сфере реклам ы и связей с обществ енность ю	ПКС-4.1	Полнота знаний	знает и понимает основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности.	не знает и не понимает основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности.	плохо знает и понимает основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности.	знает и понимает основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности, однако допускает некоторые неточности	хорошо знает и понимает основные принципы организации рекламной кампании, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах, основы проектной деятельности.	Перечень вопросов к экзамену, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень тем для подготовки эссе, конспектов, таблиц, медиаплана, календарного плана проекта, перечень кейс задач, перечень тем для подготовки презентаций,
		Наличие умений	Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, выступать на публичных мероприятиях с докладами и	не умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии; но не может выступать на публичных мероприятиях с докладами и	Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, но допускает ошибки	в полной мере умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, выступать на публичных	

			презентациями		презентациями		мероприятиях с докладами и презентациями	комплект тестовых заданий
		Наличие навыков (владение опытом)	навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	не владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	плохо владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, но допускает некоторые неточности	в полной мере владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	
ПКС-5 Способе н осущест влять професс иональн ые функции в области реклам ы и связей с обществ енность ю в АПК	ПКС-5.1	Полнота знаний	Знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК, основы проектной деятельности.	Не знает и не понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК, основы проектной деятельности.	плохо знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК, основы проектной деятельности.	знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК, основы проектной деятельности., однако допускает некоторые неточности	Хорошо знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК, основы проектной деятельности.	Перечень вопросов к экзамену, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень тем для подготовки эссе, конспектов, таблиц, медиаплана, докладов, календарного плана проекта, перечень кейс задач, перечень тем для подготовки презентаций, комплект тестовых заданий
		Наличие умений	Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	Не умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), но не может составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию, но допускает некоторые ошибки	В полной мере умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	
		Наличие навыков (владение опытом)	Навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Не владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Плохо владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью, но допускает некоторые неточности	В полной мере владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	

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.В.01.07 Проектирование рекламных кампаний в отрасли	
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
Форма промежуточной аттестации -	экзамен
Место экзамена в графике учебного процесса:	1) подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии
	2) дата, время и место проведения экзамена определяется графиком сдачи экзаменов, утверждаемым деканом факультета (директором института)
Форма экзамена -	<i>Устный</i>
Процедура проведения экзамена -	представлена в оценочных материалах по дисциплине 1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает разделы (в соответствии с п. 4.1 настоящего документа)
Экзаменационная программа по учебной дисциплине:	представлены в оценочных материалах по дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

Перечень вопросов к экзамену по дисциплине (модулю)

1. Реклама, культура и искусство: основы взаимодействия. (ПКС-4, ПКС-5)
2. Разработка рекламной кампании (ПКС-4, ПКС-5)
3. Коммуникативная эффективность рекламы: основные критерии (ПКС-4, ПКС-5)
4. Коммуникативная эффективность PR: основные критерии (ПКС-4, ПКС-5)
5. Современные творческие рекламные стратегии (ПКС-4, ПКС-5)
6. Генезис современной рекламной коммуникации (ПКС-4, ПКС-5)
7. Особенности построения коммуникации в газетно-журнальной рекламе (ПКС-4, ПКС-5)
8. Критерии эффективности рекламы в печатных СМИ (ПКС-4, ПКС-5)
9. Особенности телевизионной рекламы (ПКС-4, ПКС-5)
10. PR-обеспечение коммуникационной активности (ПКС-4, ПКС-5)
11. Принципы построение мотивирующей коммуникации (ПКС-4, ПКС-5)
12. Проектирование PR-кампаний и акций (ПКС-4, ПКС-5)
13. Роль PR-кампании в продвижении социального проекта. (ПКС-4, ПКС-5)
14. PR-стратегия в проектировании рекламного мероприятия (ПКС-4, ПКС-5)
15. Проект как результат проектной деятельности (особенности, условия и формы осуществления). (ПКС-4, ПКС-5)
16. Мировоззренческие основы проектной деятельности. (ПКС-4, ПКС-5)
17. Целевая установка и варианты проектных стратегий. (ПКС-4, ПКС-5)
18. Технологические и содержательные элементы проектирования (проблематизация, целеполагание, инструментализация, развертывающаяся система действий). (ПКС-4, ПКС-5)
19. Специфика целевого обоснования проекта и формирования его содержательных разделов. (ПКС-4, ПКС-5)
20. Социально-культурная деятельность как объект проектирования (содержание и специфика проблемного поля культуры и социума в контексте проектирования). (ПКС-4, ПКС-5)
21. Содержание процессуальных аспектов культуры и задачи проектной деятельности. (ПКС-4, ПКС-5)
22. Методы проверки рекламы. (ПКС-4, ПКС-5)

23. Обоснование выбора форм рекламной коммуникации для продвижения рекламной компании. (ПКС-4, ПКС-5)

24. Структура проектного обоснования акции. (ПКС-4, ПКС-5)

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

5.1. Критерии оценки к экзамену

Оценка «отлично» (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. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи.

Оценка «хорошо» (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. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «удовлетворительно» (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. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» (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

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

Тема: Теоретические основы проектной деятельности в современном мире

1. Перечислите и охарактеризуйте основные исторические этапы развития проектной деятельности в мировой и российской практике.

2. Какие существуют основные теоретические подходы к определению понятия проект.

3. Назовите основные характеристики и измерения понятия проект.

4. Из каких элементов состоит проектная деятельность.

5. Приведите классификацию проектов.

6. Содержание и процессы управления проектом

Тема: Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта

1. Что из себя представляет методология и методика предпроектного анализа?

2. Дайте определение следующим понятиям: социологическое исследование, контент-анализ, ассоциативный метод исследования, мозговой штурм, SMART-анализ, SWOT-анализ, метод Дельфи.

3. Опишите структуру проекта.

4. Как осуществляется управление содержанием проекта.

5. Перечислите и охарактеризуйте ресурсы проекта.

6. Проанализируйте классификацию проектов.

7. Продумайте концепцию разработки индивидуального проекта в области рекламы или связей с общественностью.

8. Представьте, каким может быть ваш проект в соответствии с классификацией.

Тема: Структура и этапы разработки проекта рекламной кампании

1. Охарактеризуйте целевую установку и варианты проектных стратегий?
2. В чем сущность технологических и содержательных элементов проектирования (проблематизация, целеполагание, инструментализация, развертывающаяся система действий)?
3. Какова специфика целевого обоснования проекта и формирования его содержательных разделов?
4. Каковы особенности, условия и формы осуществления проекта как результата проектной деятельности?
5. Каковы мировоззренческие основы проектной деятельности?
6. Какие Вы знаете методы оценки эффективности рекламы и PR?
7. Расскажите о специфике аудитории разных типов.
8. В чем заключается теоретический и практический аспект разработки рекламного проекта?
9. Приведите критерии выбора форм рекламной коммуникации для продвижения рекламной кампании.

Тема: Проектирование жизненного цикла товара/услуги

1. Какие стадии считаются основными в классическом жизненном цикле товара / услуги?
2. Какие методы используются рекламой при внедрении на рынок товара / услуги?
3. Охарактеризуйте «фазу роста», «фазу зрелости», «фазу насыщения», «фазу спада».
4. Что включает понятие «сегментирование рынка»?
5. Какие критерии сегментирования применяются в разработке жизненного цикла товара / услуги?
6. Назовите основные цели рекламной кампании.

Тема: Разработка и управление институциональными подсистемами проекта

1. Что включает в себя разработка паспорта проектной идеи?
2. Перечислите этапы разработки календарного плана, сетевого плана-графика, диаграммы Ганта.
3. Как происходит управление временем, качеством, командой, коммуникациями и рисками проекта?
4. Проанализируйте проблемную ситуацию, которая будет решаться в процессе реализации проекта. Используйте техники: мозговой штурм, метод Дельфи, SMART-тест, SWOT-анализ и др.

Тема: Организация кадрового обеспечения проекта

1. Что из себя представляет команда проекта и ее состав?
2. Перечислите функциональные обязанности участников проекта.
3. Опишите процесс формирования, развития и управления проектной командой.
4. Что такое организационная структура управления проектами, и каковы правила ее построения?
5. Что такое матрица ответственности?
7. Как происходит управление коммуникациями проекта?

Тема: Проектирование PR-сопровождения рекламного продукта (услуги)

1. В чем заключаются сущностные характеристики и функции PR-сопровождения проектов?
2. На какие этапы делится работа по информационному и PR-сопровождению?
3. Что включает в себя информационное сопровождение проекта?
4. Определите главную задачу специалистов по связям с общественностью.
5. Какие задачи и функции выполняет медиапланирование?
6. Какие цели и задачи выполняет технология создания новостных PR - материалов?
7. Назовите правила инициирования и передачи в СМИ новостных PR - материалов.
8. Определите сущностные характеристики пресс-релиза.
9. В чем заключается специфика работы со СМИ?
10. На какие этапы подразделяется технология подготовки акции?

Тема: Проектная документация

1. Что представляет собой технико-экономическое обоснование
2. Дайте определение понятиям: техническое задание, бизнес-план, креативный бриф.
3. Что из себя представляет соглашение, договор и контракт в рекламной и PR деятельности, и каковы правила их подготовки?

Тема: Фандрайзинговые мероприятия

1. Сущностные характеристики и функции фандрайзинговых мероприятий.
2. Какие цели и задачи входят в событийный контент?
3. Чем отличаются фандрайзинговые ивенты от развлекательных мероприятий?
4. Какие условия должны быть соблюдены для успешности проведения фандрайзинговых мероприятий?
5. Какими правилами необходимо руководствоваться при организации фандрайзинговых мероприятий?
6. Какие целевые группы принимают участие в фандрайзинговых мероприятиях?

7. Какие специфические особенности являются главной чертой в проведении элитарных фандрайзинговых мероприятий?
8. В чем особенность организации и проведения VIP-мероприятия?
9. Приведите примеры из опыта наших зарубежных коллег по организации фандрайзинговых мероприятий и сравните их.
10. Какие критерии эффективности используются в оценке фандрайзинговых мероприятий?

Тема: Проектное обоснование акции

1. Виды акций
2. Формы акций
3. Основные события как средство рекламной и PR- коммуникации
4. Структура проектного обоснования акции

Тема: Социально-культурное проектирование

1. Социальное проектирование: рекламный потенциал, технология
2. Этапы разработки социального проекта
3. Проблемное поле социального проектирования
4. Специфика формирования культурных программ
5. Приоритеты и проблемное поле культурного проектирования

Тема: Проектирование избирательных кампаний

1. Предмет проектирования в избирательных кампаниях
2. Этапы проектирования избирательных кампаний
3. Условия эффективности разработки и продвижения имиджа кандидата
4. Инструментарий избирательных кампаний

Тема: Проектирование имиджевых кампаний

1. Актуальность формирования имиджа организации
2. Имидж: понятие, субъекты, требования
3. Этапы проектирования имиджевых кампаний организации
4. Ресурсы проектирования имиджевых кампаний
5. Фирменный стиль как цель и ресурс имиджевой кампании

Тема: Разработка и реализация рекламного проекта

1. Структура рекламного проекта.
2. Жизненный цикл рекламного проекта.
3. Предмет и объект проектирования.
4. Концепция рекламного проекта.
5. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта.
6. Разработка рекламной кампании и оценка эффективности реализации проекта

Тема: Разработка и реализация PR-проекта

1. Структура PR-проекта.
2. Жизненный цикл PR-проекта.
3. Предмет и объект PR-проектирования.
4. Концепция PR-проекта.
5. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта.
6. Разработка PR-кампании.
7. Оценка эффективности проекта.

Тема: Презентация проекта в рекламе и связях с общественностью

1. Презентация как средство демонстрации жизнедеятельности проекта.
2. Алгоритм процесса подготовки презентации.
3. Разработка содержания и структуры презентации

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.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге	Степень удовлетворения критериям
----------------------------	----------------------------------

(оценка)	
100-86 баллов «отлично»	Обучающийся 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.
85-71 балл «хорошо»	Обучающийся 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.
70-56 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся 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.
55 баллов и менее «неудовлетворительно»	Обучающийся 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 обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Перечень кейс-задач

Тема. Проектирование жизненного цикла товара/услуги

1. На каждом этапе жизненного цикла товара проводится своя рекламная кампания. Для товара – новая машина для уборки картофеля – определите для каждого этапа жизненного цикла товара цели рекламы, каналы для распространения рекламы, дополнительные маркетинговые коммуникации.

Тема. Проектирование избирательных кампаний

1. Разработать «Уникальное политическое предложение» (УПП) кандидата в местные органы власти.

Основные сегменты	УПП	Ресурсы сегмента
Все население		
Пенсионеры		
Деятели культуры, искусства		
Наука		
Бизнес		
Учителя и врачи		
Женщины		
Армия		
Молодежь		

Тема. Проектирование имиджевых кампаний

1. Покупатели, испытывающие смущение при покупке некоторых товаров, тратят в британских аптеках до 46 млн фунтов в год на ненужные вещи, отвлекающие внимание. Таковы итоги нового исследования, в ходе которого были опрошены 2 тысячи взрослых британцев, пишет TheGuardian (перевод на сайте Inopressa.Ru).

Покупатели, которым в действительности нужны такие препараты, как крем от геморроя или таблетки от стригущего лишая, тратят целое состояние на зубные щетки и косметические средства, которые обеспечивают часто иллюзорную маскировку.

В категорию товаров, вызывающих смущение, попадают и презервативы, а также туалетная бумага, особенно в том случае, когда за такими покупками посылают мужчин, которые не знают, на каких полках или витринах их искать.

Однако женщины в целом оказались более застенчивыми. В среднем во время потенциально смущающего визита в аптеку они оставляют там около 5 лишних фунтов. Мужчины оставляют в таких же ситуациях в среднем 2,60 фунта.

Страх попасть в униженное положение усугубляется возможностью встретить знакомого в тот момент, когда человек будет беседовать с консультантом о жидкости против вшей или о средстве от неприятного запаха изо рта.

«Примеры встреч, вызывающих особое смущение: натолкнуться на местного священника во время покупки теста на беременность, на маму своей подруги во время покупки презервативов или на учителя ваших детей, когда вы приобрели шампунь от педикулеза», – рассказала Аманда Гамильтон из организации UKTV Style, которая и заказала это исследование с целью сбора данных о медицинской и социальной стоимости «аптечного смущения».

«Покупка других продуктов, чтобы «скрыть» причину, по которой мы пришли в аптеку, – это метод завуалировать свое смущение», – подчеркивает Гамильтон. 3% респондентов признались, что они платили кому-то другому за то, чтобы им купили средство от молочницы или щетки, а 2% даже воровали товары, лишь бы не выкладывать их на кассе.

Задание: Выберите один из указанных «неудобных» товаров и предложите для него рекламную кампанию, основной целью которой будет преодоление смущения у потенциальных покупателей при его выборе и оплате на кассе.

Тема. Разработка и реализация рекламного проекта

1. Разработка проекта рекламной кампании въездного тура «Русское Рождество в Санкт–Петербурге».

Структура проекта рекламной кампании:

1. Анализ проблем и ресурсов организации (рекламодателя).
2. Обоснование и характеристика целевых и контактных групп.
3. Определение целей и задач рекламной кампании.
4. Стратегия рекламной кампании:

Целевые и контактные группы	Задачи	Предмет рекламной коммуникации	Основания позиционирования	Формы и средства рекламной коммуникации

5. Обоснование основных рекламных мероприятий:

5.1. Проектное обоснование акции

5.2. Разработка сценария сюжетно–ролевой ситуации

5.3. Разработка макета рекламы, включая; вербальную часть (слоган, рекламное сообщение) и визуальный раздел макета.

6. План рекламной кампании:

Формы коммуникации и их последовательность	рекламной и их	Время (дата, продолжительность)	Место размещения	Критерии эффективности

Замысел пакета туров «русское гостеприимство»

Основная идея пакета – раскрыть зарубежному туристу богатство русской культуры и природы, красоту души русского человека, опровергнуть сложившиеся стереотипы в отношении России, помочь понять ее историю и сегодняшний день.

Турпакет «Русское гостеприимство» включают самые разнообразные туры, соответствующие интересам различных социальных и профессиональных групп. Например, «На мотолыжах по Золотому Кольцу», «Рождество–2018» (прием туристов в Санкт–Петербурге и в других городах и поселениях Северо–Запада, имеющих православные святыни), «Рыбалка на Волге», «Охота в Сибири», «Ночная жизнь Москвы», «Москва историческая», «Подводный туризм», экстремальные туры (Камчатка – Якутск–Хабаровск – Иркутск, «На Северный полюс») и др. В Санкт–Петербурге планируется организация туров, связанных с историей города, его искусством и архитектурой, театрами, белыми ночами, парками, праздничными традициями и т.д.

Каждый тур проходит по специально разработанной программе, в которую входит посещение различных объектов города и окрестностей. Центральной частью туров русского гостеприимства является непосредственное знакомство с русским гостеприимством – встречи с петербуржцами в их собственных домах, где старые русские традиции сохранились и являются неотъемлемым атрибутом современного быта. Туристы будут приглашены в русские дома на семейный торжества, вечера русской кухни. Русские семьи предварительно тщательно отбираются, что исключает возникновение непредвиденных ситуаций.

Каждый тур будет иметь вид свободной, но хорошо организованной программы. Фирма предлагает полное сервисное обслуживание – от оформления виз до организации встреч, транспортных услуг и переводчиков, приобретения билетов на выбранное мероприятие. Тур включает в себя экскурсионное обслуживание, размещение, услуги опытных англоязычных гидов, визиты в русские дома на вечера русской кухни и банкет в царском стиле. Гиды помогут туристам в решении их языковых трудностей, а фирма «Морской конек» возьмет на себя решение всех остальных проблем. Фирма обеспечивает размещение туристов в лучших отелях города.

Индивидуальные туристы будут иметь свободный режим, по желанию в их распоряжение может быть предоставлен транспорт. В рамках культурной программы туристам будут предложены различные варианты проведения досуга, соответствующие их интересам – можно будет посетить оперу, балет, концерт известной группы, фольклорные вечера и т.п. Туристам будет дана возможность совершать покупки в крупных магазинах города, посетить многочисленные рестораны и отдохнуть в ночных клубах и казино.

Программа тура «Русское Рождество в Санкт–Петербурге»

1 день – 4 января. Прибытие в аэропорт Пулково. Здесь группу встречает представитель принимающей фирмы, который будет сопровождать группу все время ее пребывания в Санкт – Петербурге. В автобусе вы ознакомитесь с основными особенностями празднования рождества в России и программой тура. В этот день экскурсии не будут предоставлены, но по пути от аэропорта до гостиницы гид даст путевую информацию о встречающихся достопримечательностях города.

В гостинице вас будет встречать фольклорная группа с представлением «Хлеб – соль», по русскому обычаю. После размещения в отеле и обеда вы будете располагать свободным временем – вы сможете самостоятельно прогуляться по улицам города. Вечером мы вас приглашаем в ресторан отеля. Задача программы этого дня – не перегружать туристов обилием информации и впечатлений, а постепенно ввести их в атмосферу подготовки к празднику. По православным правилам празднование Рождества предваряется сорокадневным рождественским постом, который заканчивается к вечеру 6 января. Поэтому в меню первого ужина, наряду с обычным набором блюд должны быть введены постные блюда. За ужином гид расскажет гостям о традициях православных постов, познакомит с монастырскими рецептами постных блюд. Этот материал может быть отпечатан и роздан туристам.

2 день – 5 января. В этот день для вас начинается основное знакомство с городом. После завтрака будет предложена экскурсия «Петровский Петербург» – это история о том, как начинался Петербург, о его создателе Петре 1, о жизни горожан в начале 18 века. Вы увидите первые строения города: домик Петра 1, дворец его фаворита – Меншиковский дворец, Петропавловскую крепость. Отобедать вы сможете в ресторане «Аустерия» – в стиле петровского барокко, где еда будет приготовлена по рецептам 18 века. После обеда вы совершите экскурсию по Невскому проспекту, которая завершится посещением службы в Александро–Невской Лавре, построенную так же во времена Петра.

Вечером вы будете приглашены в русскую семью на ужин – это прекрасная возможность обрести новых друзей и лучше понять русскую душу.

3 день – 6 января. Этот день – день приготовления к празднику. С утра продолжается пост (по строгим правилам православной церкви верующие не едят весь день – до первой звезды). После завтрака выезд в Царское село – бывшая загородная резиденция русских императоров, где вы побываете в великолепном Екатерининском дворце. После обеда, как принято, в канун рождества, время проводится в кругу друзей.

Директор принимающей вас фирмы приглашает всех гостей провести сочельник и первую ночь святок с ним. Вы будете иметь возможность попробовать праздничную еду, приготовленную не в ресторане, а вашими новыми друзьями. Так же вы ознакомитесь с русскими обычаями, играми, вы увидите, как гадают на святах, как пляшут «ряженые», как поют колядки, примите участие в празднике – будьте уверены, эту ночь вы не забудете.

4 день – 7 января. Начались святки – это наиболее веселое время русской зимы, время театральных представлений, маскарадов, баллов до утра, зимние игры, катание на тройке и т. д.

В этот день вы прокатитесь на русской тройке, а вечером по старой русской традиции на рождество вы отправитесь в театр.

5 день – 8 января. День начнется автобусной экскурсией в Гатчину – еще одно путешествие в прошлое. Заключительной частью экскурсии будет осмотр Гатчинского дворца Павла 1, а так же вы станете свидетелями реставрационного процесса Дома Набокова, автора «Лолиты».

Обед в традиционном придорожном трактире с теплым русским хлебом, приготовленном в печи с помощью старинных рецептов.

И, конечно дом станционного смотрителя, один из наиболее интересных музеев в стране, 3-й музей книжного героя в мире (первый – музей Шерлока Холмса в Англии, второй – Тома Сойера в США) – Семен Вырин – станционный смотритель – герой Пушкинской новеллы, и сейчас вы его гости. Вы увидите почтовый домик, и множество интересных вещей откроются вашему взору, узнаете его историю. Вечером вы посидите рядом с русской печкой, поужинаете и услышите старые русские байки.

6 день – 9 января. После завтрака – экскурсия в Эрмитаж и прогулка по Дворцовой площади и Летнему саду, где расположен памятник писателю 19 века, сочинявшему басни, Крылову. В ресторане, одноименном одной из его басен «Демьянова уха» – обед – здесь вам предложат различные блюда из рыбы. После обеда свободное время до ужина в отеле – время приятного времяпрепровождения.

7 день – 10 января. Рождественские праздники в прежние времена были активным периодом триумфа нечистой силы. В рождество она обретала особую силу. Рассказывались истории об интересных особенностях Санкт–Петербурга – наиболее мифологичном городе в России. После завтрака экскурсия «Приведения СПб» – о наиболее страшных местах и событиях в жизни города.

Заканчивается день посещением Юсуповского дворца, где наиболее мистический герой России – Распутин – был убит. Во дворце же располагается ресторан – и ваше пребывание в Санкт–Петербурге на рождественских празднествах завершится изумительным «Царским обедом».

Критерии оценки кейс-задач

- факторы, определяющие решение задачи;
- изложение материала;
- навыки публичного выступления;
- нестандартные подходы к решению задачи;
- активность всех членов группы

Шкала оценивания кейс-задач

Оценка	Критерии
5 (отлично) 100-86 б.	<ul style="list-style-type: none"> • факторы, определяющие решение задачи (проблемы), учтены в полном объеме; • материал изложен логично, грамотно, подтвержден убедительной аргументацией; • в выступлении обнаруживается свободное владение профессиональной терминологией; • присутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала как единая команда, все активно принимали участие
4 (хорошо) 85-71 б.	<ul style="list-style-type: none"> • не учтены все факторы, определяющие решение задачи (проблемы) • логическая последовательность в решении задачи (проблемы) представлена не явно; • в выступлении обнаруживается владение профессиональной терминологией, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; • решение задачи правильно, однако отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу
3 (удовлетв-но) 70-56 б.	<ul style="list-style-type: none"> • факторы, определяющие направление решения задачи (проблемы), учтены лишь частично; • материал изложен неполно, непоследовательно, отсутствует аргументация решения. • обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала и слабое владение профессиональной терминологией; • отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу
2 (неудовлетв-но) 55 и менее	<ul style="list-style-type: none"> • решение отсутствует или не соответствует условиям задачи (проблемы). • логическая последовательность в решении задачи (проблемы) отсутствует; • отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл; • отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа разобщена, отсутствует командный дух.

Перечень тем для подготовки презентаций

1. Подготовить презентацию собственного PR-проекта

Критерии оценки презентаций

- соответствие темы программе учебного предмета, раздела
- достоверность информации
- графические иллюстрации
- тематическая последовательность
- наличие выводов
- дизайн презентации
- техническая часть
- список источников

Шкала оценивания презентаций

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Определена актуальность, точность и полезность содержания. Имеются графические иллюстрации для презентации. Приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Отсутствуют грамматические ошибки, опечатки, список использованных источников оформлен в соответствии с требованиями
85-71 баллов «хорошо»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Определена актуальность, точность и полезность содержания. Недостаточно представлены графические иллюстрации для презентации. Приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Отсутствуют грамматические ошибки, опечатки. В оформлении списка использованных источников допущены ошибки
70-56 баллов «удовлетворительно»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Не четко

	определена актуальность, точность и полезность содержания. Отсутствуют графические иллюстрации для презентации. Не приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Имеются грамматические ошибки, опечатки. Отсутствует список использованных источников.
55 и менее балла «неудовлетворительно»	Тема презентации не раскрыта. Не четко определена актуальность, точность и полезность содержания. Отсутствуют графические иллюстрации для презентации. Не приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Имеются грамматические ошибки, опечатки. Отсутствует список использованных источников.

Комплект тестовых заданий

1. К общим признакам проекта относят:

- 1) ограниченная во времени цель
- 2) ограниченная по ресурсам продолжительность проекта
- 3) плановость

2. Что является одним из наиболее важных навыков руководителя проекта?

- 1) навыки ведения переговоров
- 2) навыки влияния
- 3) коммуникативные навыки

3. Что входит в три основных ограничения проекта:

- 1) время, расписание, качество
- 2) время, деньги, расписание
- 3) время, деньги, качество

4. В договорных отношениях с заказчиком участвует:

- 1) спонсор проекта
- 2) бизнес менеджер
- 3) менеджер проект

5. Управляет сроками, стоимостью и областью применения проекта - ... проекта.

- 1) спонсор
- 2) бизнес
- 3) менеджер

6. Проект считается успешным когда:

- 1) проект удовлетворяет требованиям заинтересованных лиц, или превосходит их ожидания
- 2) произведен продукт проекта
- 3) спонсор проекта объявил об окончании проекта

7. ... - отдельный человек или организация, для которых проект предпринят и которые в наибольшей степени принимают на себя проектный риск.

- 1) куратор проекта
- 2) спонсор проекта
- 3) менеджер проекта

8... - документ, разработанный вышестоящей администрацией, который предоставляет менеджеру проекта право использовать ресурсы организации для выполнения работ.

- 1) план управления проектами
- 2) устав проекта
- 3) расписание проекта

9... - совокупность продуктов и услуг, намеченных к производству в проекте.

- 1) цели
- 2) предметная область
- 3) объем проекта

10. Менеджер, отвечающий за успешную реализацию всего проекта:

- 1) менеджер проекта
- 2) куратор проекта
- 3) спонсор проекта

11. В сетевой модели с вершинами на дугах роль вершин графа играют:

- 1) события
- 2) работы
- 3) продолжительность

12. В сетевой модели с работами в узлах роль вершин графа играют:

- 1) события
- 2) работы
- 3) продолжительность

13.... - полное графическое отображение структуры сетевой модели на плоскости:

- 1) временная диаграмм

- 2) табличная форма
 - 3) сетевой график
- 14. Два события в сетевом графике могут быть соединены:**
- 1) одной работой
 - 2) двумя работами
 - 3) одной или более работ
- 15.... - момент времени, когда происходит начало или окончание какой-либо работы:**
- 1) факт
 - 2) событие
 - 3) результат
- 16... - элемент структуры сетевого графика, используемый исключительно для указания логической связи отдельных событий:**
- 1) фиктивное событие
 - 2) фиктивная работа
 - 3) фиктивный результат
- 17. В нижнем сегменте кружка сетевого графика проставляются:**
- 1) начало работы
 - 2) продолжительность
 - 3) индекс события
- 18. Главной функцией процесса завершения является:**
- 1) проведение проверки в части соответствия результатов проекта- проектным требованиям
 - 2) проведение послепроектного анализа для документирования успеха
 - 3) формальное завершение проекта и распространение информации среди его участников
- 19. Объем полномочий руководителя проекта связан с:**
- 1) коммуникативными навыками
 - 2) организационной структурой
 - 3) навыками оказывать влияние
- 20. Что входит в пять групп процессов управления проектом (по порядку исполнения)**
- 1) инициирование, исполнение, планирование, контроль, завершение
 - 2) инициирование, планирование, исполнение, контроль, завершение
 - 3) инициирование, контроль, планирование, исполнение, завершение
- 21. К общим признакам проекта относят:**
- 1) ограниченная во времени цель
 - 2) ограниченная по ресурсам продолжительность проекта
 - 3) плановость
- 22.Что является одним из наиболее важных навыков руководителя проекта?**
- 1) навыки ведения переговоров
 - 2) навыки влияния
 - 3) коммуникативные навыки
- 23.Что входит в три основных ограничения проекта:**
- 1) время, расписание, качество
 - 2) время, деньги, расписание
 - 3) время, деньги, качество
- 24.В договорных отношениях с заказчиком участвует:**
- 4) спонсор проекта
 - 5) бизнес менеджер
 - 6) менеджер проекта
- 25.Управляет сроками, стоимостью и областью применения проекта - ... проекта.**
- 4) спонсор
 - 5) бизнес
 - 6) менеджер
- 26.Проект считается успешным когда:**
- 4) проект удовлетворяет требованиям заинтересованных лиц, или превосходит их ожидания
 - 5) произведен продукт проекта
 - 6) спонсор проекта объявил об окончании проекта
- 27. ... - отдельный человек или организация, для которых проект предпринят и которые в наибольшей степени принимают на себя проектный риск.**
- 4) куратор проекта
 - 5) спонсор проекта
 - 6) менеджер проекта
- 28... - документ, разработанный вышестоящей администрацией, который предоставляет менеджеру проекта право использовать ресурсы организации для выполнения работ.**
- 4) план управления проектами

- 5) устав проекта
- 6) расписание проекта

29... - совокупность продуктов и услуг, намеченных к производству в проекте.

- 4) цели
- 5) предметная область
- 6) объем проекта

30. Менеджер, отвечающий за успешную реализацию всего проекта:

- 4) менеджер проекта
- 5) куратор проекта
- 6) спонсор проекта

Критерии оценки тестовых заданий

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания тестовых заданий

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

Перечень заданий для самостоятельной работы

Перечень тем для подготовки эссе, конспектов, таблиц, медиаплана, докладов, календарного плана проекта

Тема. Теоретические основы проектной деятельности в современном мире.

1. Проанализируйте понятие «проект» и подготовьте эссе на тему «Основные характеристики и измерения проекта»

Тема. Структура и этапы разработки проекта рекламной кампании

1. Составить опорный конспект на тему «Пять стадий жизненного цикла товара»

Тема. Разработка и управление институциональными подсистемами проекта

1. Заполните таблицу № 1 «Структура проекта».

Структура проекта

Таблица 1

Разделы	Описание
Название	
Проблематизация	
Исследование объекта и предмета проекта	
Идея-концепция проекта	
Цель проекта	
Задачи	
Целевая аудитория	
Риски	
Команда проекта (схема управления проектом)	
План-график проекта (диаграмма Ганта)	
Технологии реализации проекта	
Бюджет проекта	
Медиаплан	
Оценка эффективности	
Приложение	

Тема. Проектирование PR-сопровождения рекламного продукта (услуги)

1. Разработайте медиаплан проекта

№	Рекламоноситель	Обоснования выбора рекламоносителя	Форма рекламы	Размер	Место размещения	Охват (тираж или аудитория для прессы, аудитор	Частота охвата (количество и дни выходов)	Стоимость одного выхода (руб.)	Сумма за все выходы (руб.)

						ия)			
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									

Тема. Проектирование избирательных кампаний

1. Подготовить доклад на одну из предложенных тем:

1. Предмет проектирования в избирательных кампаниях
2. Этапы проектирования избирательных кампаний
3. Условия эффективности разработки и продвижения имиджа кандидата
4. Инструментарий избирательных кампаний

Тема. Разработка и реализация рекламного проекта

1. Разработайте календарный план проекта.

№	Наименование	Длительность	Временная шкала						

Тема. Разработка и реализация PR-проекта

1. Составить опорный конспект на тему «Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта»

Критерии и шкала оценивания

- способность анализировать и обобщать информацию;
- способность синтезировать новую информацию;
- способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения;
- установление причинно-следственных связей, выявление закономерности;
-

Балл за владения	Критерии оценивания уровня приобретенных владений
5 (100-86)	Студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы на защите.
4 (85-71)	Студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов на защите.
3 (70-56)	Студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено много неточностей.
2 (55 и менее)	При выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено множество неточностей.

Перечень кейс-заданий

Тема. Социально-культурное проектирование

1. В городе Улан-Удэ планируется проведение рекламной кампании, посвященной теме вреда абортов и защите материнства и детства. Предлагается два варианта социальной рекламы:

- воздействовать на население при помощи негативного посыла, рассказывая об ущербе репродуктивному и душевному здоровью людей, о смерти в материнской утробе младенца в результате аборта;
- воздействовать на население при помощи обращений положительного характера посредством рассказа о счастливых детях и их родителях.

Какую из программ можно рекомендовать при проведении рекламной кампании и почему?

Разработайте информационное рекламное обращение на основании выбранной программы.

Тема. Разработка и реализация PR-проекта

2. В каждом из предложенных ниже блоков:

- 1) установить причинно–следственную связь между проблемами;
- 2) определить аудиторию проекта (социальную категорию – носителя проблем);
- 3) сформулировать цель и задачи проекта;
- 4) обосновать замысел проектного решения.

1 блок

1. Экспансия (с помощью СМИ) молодежных кумиров, персонифицирующих асоциальные образ жизни и систему ценностей.
2. Субъективно высокая значимость личностных проблем.
3. Кризис смысла жизни в подростковом возрасте.
4. Отсутствие условия для самореализации и признания со стороны значимого социального окружения.
5. Утрата молодым поколением романтических идеалов и ценностей любви, дружбы, служения, справедливости.
6. Невостребованность духовных лидеров отечественной истории, способных оптимизировать сегодняшнее состояние общественного сознания.
7. Деформация морально–нравственного облика значительной части молодежи.

2 блок

1. Социальная и личностная незащищенность личности.
2. Неудовлетворенность социальным статусом (чувство личностной несостоятельности, собственной ненужности).
3. Невостребованность личностного потенциала.
4. Неуверенность в завтрашнем дне.
5. Потеря авторитета, невозможность влиять на других.
6. Кризис ценностей и смысла жизни в связи с утратой социального статуса.
7. Неудовлетворенность сферой межличностных отношений (сужение сферы социальных контактов и круга общения).

3 блок

1. Отсутствие понимания, эмоциональной поддержки, чуткости, внимания со стороны родителей, взрослых, значимого окружения.
2. Одиночество, отсутствие круга друзей, общения.
3. Непризнание ближайшим окружением.
4. Низкая самооценка, неуверенность в себе, ощущение личностной несостоятельности (комплекс неполноценности).
5. Отверженность, аутсайдерство (низкий социальный статус).
6. Отсутствие условий для признания и самоутверждения в системе социальных коммуникаций.

4 блок

1. Невозможность отождествить себя с определенной культурно–этнической, профессиональной, социальной, духовной общностью.
2. Усиление конфликтности между субкультурами различных возрастных и социальных групп населения (конфликт ценностей);
3. Негативные этнические стереотипы и национальные предрассудки.
4. Рост социальной и межэтнической напряженности.
5. Отсутствие условий для национально–культурной идентичности представителей групп национальных меньшинств и лиц некоренной национальности.
6. Взаимонепонимание и неприятие этнокультурных различий, провоцирующее межнациональные конфликты, усиливающее социальную напряженность.
7. Неуважение культурных ценностей и святынь других народов, этносов.
8. Комплекс национально–культурной неполноценности.
9. Национально–культурная неадаптированность, формирующая чувство временщика, снижающая общие параметры жизнедеятельности.

Критерии и шкала оценивания

- факторы, определяющие решение задачи;
- изложение материала;
- навыки публичного выступления;
- нестандартные подходы к решению задачи;
- активность всех членов группы

Шкала оценивания кейс-задач

Оценка	Критерии
--------	----------

5 (отлично) 100-86 баллов	<ul style="list-style-type: none"> • факторы, определяющие решение задачи (проблемы), учтены в полном объеме; • материал изложен логично, грамотно, подтвержден убедительной аргументацией; • в выступлении обнаруживается свободное владение профессиональной терминологией; • присутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала как единая команда, все активно принимали участие
4 (хорошо) 85-71 балл	<ul style="list-style-type: none"> • не учтены все факторы, определяющие решение задачи (проблемы) • логическая последовательность в решении задачи (проблемы) представлена не явно; <ul style="list-style-type: none"> • в выступлении обнаруживается владение профессиональной терминологией, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; • решение задачи правильно, однако отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу
3 (удовлетв-но) 70-56 баллов	<ul style="list-style-type: none"> • факторы, определяющие направление решения задачи (проблемы), учтены лишь частично; • материал изложен неполно, непоследовательно, отсутствует аргументация решения. • обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала и слабое владение профессиональной терминологией; • отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу
2 (неудовлетв-но) 55 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"> • решение отсутствует или не соответствует условиям задачи (проблемы). • логическая последовательность в решении задачи (проблемы) отсутствует; • отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл; • отсутствует креативность решения задачи (проблемы); • группа разобщена, отсутствует командный дух.