

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Воронежский государственный университет»**

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ФГБОУ ВО «ВГУ»

от 30.05.2023 г. протокол №6

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

бакалавриат

Квалификация: **Бакалавр**

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2023

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя:
Вице-президент по связям с общественностью
ГК «Робин Сдобин»
Корнев К.В.



Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»

_____. Е.Е. Чупандина

__.__.20__ г.

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»

_____. Е.Е. Чупандина

__.__.20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
1.1. Нормативные документы	4
1.2. Перечень сокращений, используемых в ОПОП	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	4
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	4
2.2. Перечень профессиональных стандартов	5
3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы	5
3.1. Профиль/специализация образовательной программы	5
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы	5
3.3 Объем программы	5
3.4 Срок получения образования	5
3.5 Минимальный объем контактной работы по образовательной программе	5
3.6 Язык обучения	6
3.7 Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	6
3.8 Реализация образовательной программы в сетевой форме	6
3.9 Рабочая программа воспитания, календарный план воспитательной работы	6
4. Планируемые результаты освоения ОПОП	6
4.1 Универсальные компетенции выпускников и результаты их достижения	6
4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	9
4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	11
5. Структура и содержание ОПОП	12
5.1. Структура и объем ОПОП	12
5.2 Календарный учебный график	13
5.3. Учебный план	13
5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик	13
5.5. Государственная итоговая аттестация	13
6. Условия осуществления образовательной деятельности	13
6.1 Общесистемные требования	13
6.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	14
6.3 Кадровые условия реализации программы	14
6.4 Финансовые условия реализации программы	15
6.5 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся	15

1. Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий (материально-техническое, учебно-методическое, кадровое и финансовое обеспечение), который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, оценочных и методических материалов, а также рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

1.1. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью высшего образования, утвержденный приказом Минобрнауки России от «8» июня 2017 г. № 512 (далее – ФГОС ВО).

1.2 Перечень сокращений, используемых в ОПОП

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение;

УК - универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

ПООП - примерная основная образовательная программа;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ - обобщенная трудовая функция;

ТФ - трудовая функция;

ТД - трудовое действие;

ПС – профессиональный стандарт

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, включая онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью.

Сферами профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, являются:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, включая онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: проектный, маркетинговый, авторский.

Основными объектами профессиональной деятельности выпускников являются: связь, информационные и коммуникационные технологии, специалист по продвижению и распространению продукции массовой информации, средства массовой информации, издательство и полиграфия, редактор средств массовой информации.

2.2. Перечень профессиональных стандартов

Перечень используемых профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и используемых при формировании ОПОП, приведен в приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной образовательной программы, представлен в приложении 2.

3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

3.1. Профиль/специализация образовательной программы

Профиль образовательной программы в рамках направления подготовки – Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: бакалавр.

3.3. Объем программы

Объем программы составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы по индивидуальному учебному плану.

Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

3.4. Срок получения образования:

в очной форме обучения составляет 4 года.

3.5 Минимальный объем контактной работы

Минимальный объем контактной работы по образовательной программе составляет 3433 часа.

3.6 Язык обучения

Программа реализуется на русском языке.

3.7 Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (в соответствии с ФГОС)

Реализация программы возможна с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета и с использованием массовых открытых онлайн курсов (МООК), размещенных на открытых образовательных платформах.)

3.8 Реализация образовательной программы в сетевой форме

не реализуется

3.9 Рабочая программа воспитания, календарный план воспитательной работы представлены в Приложении 7.

4. Планируемые результаты освоения ОПОП

4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы бакалавриата/магистратуры/специалитета у выпускника должны быть сформированы следующие **универсальные компетенции**

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. УК-1.2 Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области.
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели круг задач, соответствующих требованиям правовых норм. УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм. УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм. УК-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.5 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы. УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта
Командная работа и	УК-3	Способен осуществлять	УК-3.1 Определяет свою роль в команде,

лидерство		социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	опираясь на знания индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды, а также психологических основ социального взаимодействия в группе УК-3.2 Выбирает эффективные способы социального взаимодействия и распределения ролей в команде
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения. УК-4.2 Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном языке УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической и деловой коммуникации: УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи.
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования). УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном взаимодействии философские и этические аспекты мировоззрения различных социальных групп социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных) УК-5.3 Понимает и квалифицированно интерпретирует межкультурное разнообразие общества, учитывает социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Оценивает свои личностные и временные ресурсы на основе самодиагностики УК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, опираясь на навыки управления своим временем и принципы образования в течение всей жизни
	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной	УК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма. УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и

		деятельности	обеспечения работоспособности. УК -7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности. УК-7.4 Осуществляет выбор вида спорта или системы физических упражнений для физического самосовершенствования, развития профессионально важных психофизических качеств и способностей в соответствии со своими индивидуальными способностями и будущей профессиональной деятельностью. УК-7.5Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности. УК-7.6 Приобретает личный опыт повышения двигательных и функциональных возможностей организма, обеспечивающий специальную физическую подготовленность в профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Идентифицирует и анализирует опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляемой деятельности; знает основные вопросы безопасности жизнедеятельности УК-8.2 Способен осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального (биолого-социального) происхождения; грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности УК-8.3 Готов принимать участие в оказании первой и экстренной допсихологической помощи при травмах и неотложных состояниях, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций в мирное и военное время УК-8.4 Способен обеспечить безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты; выявить и устранить проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте УК-8.5 Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управляет строями, применяет штатное стрелковое оружие; ведет общевойсковой бой в составе подразделения; выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения; пользуется топографическими картами; оказывает первую медицинскую помощь при ранениях и травмах; имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью
Экономическая	УК-9	Способен принимать	УК-9.1 Понимает базовые принципы

культура, в том числе финансовая грамотность		обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	функционирования экономики УК-9.2 Понимает основные виды государственной социально-экономической политики и их влияние на индивида УК-9.3 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом) УК-9.4 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей УК-9.5 Контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1 Соблюдает антикоррупционные стандарты поведения, выявляет коррупционные риски, противодействует коррупционному поведению в профессиональной деятельности УК-10.2 Поддерживает высокий уровень личной и правовой культуры, идентифицирует проявления экстремистской идеологии и противодействует им в профессиональной деятельности УК-10.3 Идентифицирует правонарушения террористической направленности, противодействует проявлениям терроризма в профессиональной деятельности

4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **общепрофессиональные компетенции**:

Таблица 4.2

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или)коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения

		процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	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 развитии систем на глобальном, национальном и региональном уровнях 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
Технологии	ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Осуществляет поиск, сбор, хранение, обработку информации при решении задач профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.3 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности 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

4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

Таблица 4.3

Тип задач профессиональной деятельности	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
проектный	ПК-1	Способен участвовать в	ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы

		реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)
авторский	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами
маркетинговый	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

5. Структура и содержание ОПОП

5.1 Структура и объем ОПОП

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Образовательная программа включает следующие блоки:

Таблица 5.1

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	204 з.е.
Блок 2	Практика	27 з.е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9 з.е.
Объем программы		240 з.е.

Обязательная часть Блока 1 состоит из дисциплин / модулей, направленных на реализацию универсальных (УК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций, а также профессиональных компетенций (ПК).

Часть, формируемая участниками образовательных отношений, Блока 1 направлена на формирование или углубление универсальных компетенций, формирование профессиональных компетенций, определяющих способность выпускника решать специализированные задачи профессиональной деятельности, соотнесенные с запросами работодателей.

Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП приведена в приложении 3.

В Блок 2 Практика включены следующие виды практик – *учебная и производственная*. В рамках ОПОП проводятся следующие практики: учебная практика, профессионально-ознакомительная; производственная практика, профессионально-творческая; производственная практика, проектная; производственная практика, преддипломная. Формы, способы и порядок проведения практик устанавливаются соответствующим Положением о порядке проведения практик. Формы, способы и порядок проведения практик устанавливаются соответствующим Положением о практической подготовке.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 56,2% от общего объема программы бакалавриата, что соответствует п. 2.9 ФГОС ВО.

5.2 Календарный учебный график.

Календарный учебный график определяет периоды теоретического обучения, практик, НИР, экзаменационных сессий, государственной итоговой аттестации, каникул и их чередования в течение периода обучения, а также сводные данные по бюджету времени (в неделях). Шаблон календарного учебного графика представлен в приложении 4.

5.3 Учебный план

Документ, определяющий перечень дисциплин (модулей), практик, их объем (в зачетных единицах и академических часах), распределение по семестрам, по видам работ (лекции, практические, лабораторные, самостоятельная работа), наличие курсовых работ, проектов, форм промежуточной аттестации. Шаблон учебного плана представлен в Приложении 5.

5.4 Рабочие программы дисциплин (модулей), практик

Аннотации рабочих программ дисциплин представлены в Приложении 8, аннотации рабочих программ практик представлены в Приложении 9.

Рабочие программы размещены в ЭИОС ВГУ. Каждая рабочая программа содержит оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике.

5.5 Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация (ГИА) проводится после освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Порядок проведения, формы, содержание, оценочные материалы, критерии оценки и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

результатов освоения образовательной программы регламентируется Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденным Ученым советом ВГУ и программой государственной итоговой аттестации по образовательной программе, утвержденной Ученым советом факультета журналистики. Программа ГИА размещена в ЭИОС ВГУ.

При формировании программы ГИА совместно с работодателями, объединениями работодателей определяются наиболее значимые для профессиональной деятельности результаты обучения в качестве необходимых для присвоения установленной квалификации и проверяемые в ходе ГИА.

6. Условия осуществления образовательной деятельности

6.1 Общесистемные требования

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам для проведения всех видов аудиторных занятий, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к ЭИОС из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет, как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

доступ к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам):
доступ к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам):

ЭБС Лань. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

ЭБС «Университетская библиотека online». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>

Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <https://lib.vsu.ru/>

Для дисциплин, реализуемых с применением ЭО и ДОТ электронная информационно-образовательная среда Университета дополнительно обеспечивает: фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет" (в соответствии с разделом «Требования к условиям реализации программы» ФГОС ВО).

6.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы

6.2.1 Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных данной программой, оснащены оборудованием, техническими средствами обучения, программными продуктами, состав которых определяется в РПД, РПП. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6.2.2 Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.2.3 Используемые в образовательном процессе печатные издания представлены в библиотечном фонде Университета из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4 Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Перечень материально-технического оборудования и программного обеспечения, представлен в Приложении 6.

6.3 Кадровые условия реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

90% процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), что соответствует п. 4.4.3 ФГОС ВО.

12% процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет), что соответствует п. 4.4.4 ФГОС ВО.

73% процента численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание, что соответствует п. 4.4.5 ФГОС ВО.

6.4 Финансовые условия реализации программы

Финансовое обеспечение реализации программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ *бакалавриата* и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.

6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки

обучающихся

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки качества образования.

В целях совершенствования программы при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекаются работодатели и (или) их объединения, иные юридические и (или) физические лица, включая педагогических работников Университета.

Внутренняя оценка качества образовательной деятельности проводится в рамках текущей, промежуточной и государственной (итоговой) аттестаций.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Система внутренней оценки качества образования реализуется в соответствии с планом независимой оценки качества, утвержденным ученым советом факультета.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе проводится в рамках процедуры государственной аккредитации с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Нормативно-методические документы и материалы, регламентирующие и обеспечивающие качество подготовки обучающихся:

Положение о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета, утвержденное ученым советом ВГУ;

Положение о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденное решением Ученого совета ВГУ;

Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденное Ученым советом ВГУ;

Положение о независимой оценке качества образования в Воронежском государственном университете

Разработчики ООП:

Декан факультета



профессор В.В. Тулупов

Руководитель (куратор) программы доцент



Е.Б. Курганова

Программа рекомендована Ученым советом факультета журналистики
протокол № 5 от 25.05.2023 г.

Приложение 1

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным
государственным образовательным стандартом направления
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
используемых при разработке образовательной программы

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973)
2.	06.013	Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г.)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)		
1.	11.006	Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899)

Приложение 2

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника
Образовательная программа высшего образования

Уровень образования бакалавриат

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6
06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	В	Создание и редактирование информационных ресурсов	4	Поиск информации по тематике сайта	B/01.5
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5
11.006 Редактор средств массовой информации	А	Работа над содержанием публикаций СМИ	6	Выбор темы публикации (разработка сценариев)	A/01.6
				Подготовка к публикации собственных материалов/работа в эфире	A/02.6
				Отбор авторских материалов для публикации	A/03.6
				Редактирование материалов	A/04.6

Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; УК-2.6; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-9.4; УК-9.5; УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.О	Обязательная часть	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; УК-2.6; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.5; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.4; УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-9.4; УК-9.5; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2
Б1.О.01	Философия	УК-1.1; УК-1.2; УК-5.2
Б1.О.02	История России	УК-5.1
Б1.О.03	Иностранный язык	УК-4.1; УК-4.5; ОПК-1.2
Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4
Б1.О.05	Физическая культура и спорт	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3
Б1.О.06	Речевая культура устной и письменной коммуникации	УК-4.2; ОПК-1.2
Б1.О.07	Современный русский язык	УК-4.2; ОПК-1.2
Б1.О.08	Экономика и финансовая грамотность	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-9.4; УК-9.5
Б1.О.09	Политология	ОПК-2.1
Б1.О.10	История русской и зарубежной литературы	ОПК-3.1
Б1.О.11	Стилистика	УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.2
Б1.О.12	История искусства	ОПК-3.1; ОПК-3.2
Б1.О.13	Основы журналистики	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.14	Основы рекламы	ОПК-2.1; ОПК-2.2
Б1.О.15	Техника и технология средств массовой коммуникации	ОПК-6.2; ОПК-6.3
Б1.О.16	Компьютерные технологии	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3
Б1.О.17	Основы связей с общественностью	ОПК-2.1; ОПК-2.2
Б1.О.18	Технологии медиаторства	ОПК-1.1; ОПК-1.2
Б1.О.19	Основы теории коммуникации	УК-4.1; ОПК-5.2
Б1.О.20	Основы интегрированных коммуникаций	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПК-3.1; ПК-3.2
Б1.О.21	Менеджмент в массмедиа	УК-2.4; ОПК-5.2
Б1.О.22	Медиаэкономика	ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.23	Медиаарилейшнз	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.О.24	Психология массовых коммуникаций	ОПК-3.2; ОПК-4.2
Б1.О.25	Социология массовых коммуникаций	ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.О.26	Регулирование в маркетинговых коммуникациях	УК-2.2; УК-2.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.27	Управление общественным мнением и СМИ	УК-2.4; УК-2.6
Б1.О.28	Разработка рекламного продукта	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3
Б1.О.29	Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.30	Риторика	УК-4.1

Б1.О.31	Медиапланирование	ОПК-7.2
Б1.О.32	Редактирование медиатекста	ОПК-1.2; ПК-2.4
Б1.О.33	Консалтинг в связях с общественностью	ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.34	Управление медиапроектами	УК-2.4; УК-2.5; УК-2.6; ОПК-4.2; ПК-1.2
Б1.О.35	Основы военной подготовки	УК-8.5
Б1.О.36	Основы российской государственности	УК-5.4
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.4; УК-5.1; УК-5.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6; УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.01	Культурология	УК-5.3
Б1.В.02	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	ПК-1.4
Б1.В.03	Основы права и противодействие противоправному поведению	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3
Б1.В.04	Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.05	Психология личности и ее саморазвития	УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2
Б1.В.06	Речевое воздействие	УК-4.1; УК-4.4
Б1.В.07	Реклама в интернете	ПК-1.1; ПК-1.4
Б1.В.08	Связи с общественностью в интернете	ПК-1.1; ПК-1.4
Б1.В.09	Тексты в связях с общественностью	ПК-2.1; ПК-2.4
Б1.В.10	Тексты в рекламе	ПК-2.1; ПК-2.4
Б1.В.11	Наружная реклама	ПК-1.4
Б1.В.12	Специальное событие	ПК-1.3
Б1.В.13	Организация и проведение коммуникационной кампании	ПК-1.1; ПК-1.2
Б1.В.14	Связи с общественностью в сфере применения	ПК-1.3
Б1.В.15	Технология производства в рекламе и связях с общественностью	ПК-1.4
Б1.В.16	Реклама в сфере применения	ПК-1.1
Б1.В.17	Создание рекламного ролика	ПК-1.4; ПК-2.1
Б1.В.18	Брендинг	ПК-3.1
Б1.В.19	Особенности языка рекламы	ПК-2.4
Б1.В.20	Особенности языка связей с общественностью	ПК-2.4
Б1.В.21	Организация работы отдела связей с общественностью	ПК-1.3
Б1.В.22	История рекламы и связей с общественностью	УК-5.1
Б1.В.23	Организация работы отдела рекламы	ПК-1.2
Б1.В.24	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (модуль)	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01	Дисциплины модуля	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.01	Легкая атлетика	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.02	Волейбол	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.03	Бадминтон	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.04	Баскетбол	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.05	Гандбол	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.06	Мини-футбол	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.07	Настольный теннис	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.08	Лыжные гонки	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6

Б1.В.24.ДВ.01.09	Плавание	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.10	Спортивная борьба	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.24.ДВ.01.11	Спортивная аэробика	УК-7.4; УК-7.5; УК-7.6
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ПК-3.1
Б1.В.ДВ.01.01	Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью	ПК-3.1
Б1.В.ДВ.01.02	Лоббизм	ПК-3.3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.02.01	Фотография в рекламе	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.02.02	Визуализация проекта	ПК-1.4; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ПК-2.4
Б1.В.ДВ.03.01	Тексты и документооборот	ПК-2.4
Б1.В.ДВ.03.02	Этикет и имидж	ПК-1.1
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	ПК-1.2
Б1.В.ДВ.04.01	Политическая реклама	ПК-1.2
Б1.В.ДВ.04.02	Выставочная деятельность	ПК-1.1
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ПК-1.3
Б1.В.ДВ.05.01	Корпоративная культура	ПК-1.3
Б1.В.ДВ.05.02	Нейминг в массовой коммуникации	ПК-3.2
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	УК-4.1; УК-4.4
Б1.В.ДВ.06.01	Принципы ведения переговоров	УК-4.1; УК-4.4
Б1.В.ДВ.06.02	Принципы устойчивого развития компании	ПК-1.2; ПК-3.1
Б1.В.ДВ.06.03	Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности	УК-3.2
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7	ПК-1.3
Б1.В.ДВ.07.01	Политические технологии в рекламе и связях с общественностью	ПК-1.3
Б1.В.ДВ.07.02	Политический маркетинг	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б2	Практика	ОПК-1.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б2.О	Обязательная часть	ОПК-1.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.3
Б2.О.01(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	ОПК-1.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.3
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б2.В.01(У)	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	ПК-2.1; ПК-2.2
Б2.В.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая)	ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4
Б2.В.03(П)	Производственная практика (проектная)	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.3
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-2.2; УК-2.3; ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.4; ПК-2.2; ПК-3.1
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1; УК-4.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.3
ФТД	Факультативы	ПК-1.1; ПК-1.4
ФТД.01	Социальная реклама	ПК-1.1
ФТД.02	Инновационные технологии в связях с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.4

Приложение 4

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август						
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
I										*								*	*	*	Э	К	К			*								*						Э	Э	Э	У	У	У	У	К	К	К	К		
II	У	У								*								*	*	*	Э	Э	К	К	К		*							*					Э	Э	Э	Э	П	П	К	К	К	К	К	К		
III	П	П								*								*	*	*	Э	Э	К	К	К		*							*					Э	Э	Э	Э	П	П	К	К	К	К	К	К	К	
IV	П	П								*								*	*	*	Э	Э	К	К	К		*							Э	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8	Всего	
	Теоретическое обучение	17 3/6	16	33 3/6	16	16 3/6	32 3/6	16	16 2/6	32 2/6	16	8 1/6	24 1/6	122 3/6
Э	Экзаменационные сессии	2	2 4/6	4 4/6	2 4/6	3 2/6	6	2 4/6	3 2/6	6	2 4/6	2 1/6	4 5/6	21 3/6
У	Учебная практика		4 4/6	4 4/6	1 2/6		1 2/6							6
П	Производственная практика				2 4/6	2 4/6	1 2/6	2 4/6	4	1 2/6			1 2/6	8
Пд	Преддипломная практика										4	4	4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										4	4	4	4
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена										2	2	2	2
К	Продолжительность каникул	16 дн	35 дн	51 дн	12 дн	42 дн	54 дн	12 дн	43 дн	55 дн	12 дн	57 дн	69 дн	229 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	8 дн	5 дн	13 дн	8 дн	4 дн	12 дн	8 дн	4 дн	12 дн	8 дн	4 дн	12 дн	49 дн
Продолжительность		161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	
Високосный год			-			-			-			-		

Приложение 5

Учебный план

1 курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2									
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр			СР	Конт роль
ИТОГО (с факультативами)				972							27	19 3/6		1326							35	23 2/6
ИТОГО по ОП (без факультативов)				972							27			1254							33	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			49,4										58,2								
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54										54								
	Ауд. нагр. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			32,4										28,2								
	Конт. раб. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			32,4										28,2								
	Ауд. нагр. (элект. курсы по физ.к.)													3								
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				972	566	208	34	324	298	108	27	ТО: 17 1/2 Э: 2		1074	530	226		304	400	144	28	ТО: 16 Э: 2 2/3
1	Б1.О.02	История России		63	50	34		16	13		1,75		ЗаО	81	66	34		32	15		2,25	
2	Б1.О.03	Иностранный язык	За	54	34			34	20		1,5		За	54	32			32	22		1,5	
3	Б1.О.05	Физическая культура и спорт	За	72	66	8		58	6		2											
4	Б1.О.06	Речевая культура устной и письменной коммуникации	Эк	144	66	16		50	42	36	4											
5	Б1.О.07	Современный русский язык											Эк КР	162	48	16		32	78	36	4,5	
6	Б1.О.10	История русской и зарубежной литературы	ЗаО	126	68	34		34	58		3,5		Эк	126	64	64		26	36		3,5	
7	Б1.О.13	Основы журналистики	За	72	50	34		16	22		2											
8	Б1.О.14	Основы рекламы											Эк	144	64	32		32	44	36	4	
9	Б1.О.15	Техника и технология средств массовой коммуникации	Эк	108	50	34		16	22	36	3											
10	Б1.О.16	Компьютерные технологии	За	72	34		34		38		2											
11	Б1.О.17	Основы связей с общественностью											Эк	144	64	32		32	44	36	4	
12	Б1.О.18	Технологии медиаторчества	За	81	50	16		34	31		2,25		ЗаО	81	48	16		32	33		2,25	
13	Б1.О.19	Основы теории коммуникации	Эк	108	50	16		34	22	36	3											
14	Б1.О.36	Основы российской государственности	За	72	48	16		32	24		2											
15	Б1.В.06	Речевое воздействие											За	72	32	16		16	40		2	
16	Б1.В.22	История рекламы и связей с общественностью											ЗаО	72	32	16		16	40		2	
17	Б1.В.24	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (модуль)											За	66	48			48	18			
18	Б1.В.24.ДВ.01.01	Легкая атлетика											За	66	48			48	18			
19	Б1.В.24.ДВ.01.02	Волейбол											За	66	48			48	18			
20	Б1.В.24.ДВ.01.03	Бадминтон											За	66	48			48	18			
21	Б1.В.24.ДВ.01.04	Баскетбол											За	66	48			48	18			
22	Б1.В.24.ДВ.01.05	Гандбол											За	66	48			48	18			
23	Б1.В.24.ДВ.01.06	Мини-футбол											За	66	48			48	18			
24	Б1.В.24.ДВ.01.07	Настольный теннис											За	66	48			48	18			
25	Б1.В.24.ДВ.01.08	Льжные гонки											За	66	48			48	18			
26	Б1.В.24.ДВ.01.09	Плавание											За	66	48			48	18			
27	Б1.В.24.ДВ.01.10	Спортивная борьба											За	66	48			48	18			
28	Б1.В.24.ДВ.01.11	Спортивная аэробика											За	66	48			48	18			
29	ФТД.01	Социальная реклама											За	72	32			32	40		2	
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(3) За(6) ЗаО										Эк(4) За(4) ЗаО(3) КР									
ПРАКТИКИ		(План)												252	4			4	248		7	4 2/3
	Б2.В.01(У)	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)												252	4			4	248		7	4 2/3

2 курс

№			Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4									
					Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя		
						Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр			СР	Конт роль
ИТОГО (с факультативами)						1074							28	20		1218							32	22 3/6
ИТОГО по ОП (без факультативов)						1074							28			1218							32	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)			ОП, факультативы (в период ТО)			53,7									54,2									
			ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54									54									
			Ауд. нагр. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			25									24,3									
			Конт. раб. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			25									24,3									
			Ауд. нагр. (элект. курсы по физ.к.)			3									3									
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)						1002	448	160	32	256	410	144	26	ТО: 16 Э: 2 2/3		1074	448	112	64	272	446	180	28	ТО: 16 1/2 Э: 3 1/3
1	Б1.О.01	Философия											Эж	144	64	32		32	44	36	4			
2	Б1.О.03	Иностранный язык	За	72	32				32	40		2	Эж	108	32			32	40	36	3			
3	Б1.О.07	Современный русский язык	Эж	126	48	16			32	42	36	3,5	Эж	108	48	16		32	24	36	3			
4	Б1.О.08	Экономика и финансовая грамотность											ЗаО	108	48	16		32	60		3			
5	Б1.О.12	История искусства											ЗаО	72	32	16		16	40		2			
6	Б1.О.18	Технологии медиатворчества	Эж	126	64	32			32	26	36	3,5												
7	Б1.О.20	Основы интегрированных коммуникаций											Эж КР	144	48	16		32	60	36	4			
8	Б1.О.31	Медиапланирование	Эж	144	48	32			16	60	36	4												
9	Б1.В.02	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью											За	72	32		32		40		2			
10	Б1.В.05	Психология личности и ее саморазвития	ЗаО	72	48	32			16	24		2												
11	Б1.В.07	Реклама в интернете											За	72	32		32		40		2			
12	Б1.В.09	Тексты в связях с общественностью	За	72	32				32	40		2												
13	Б1.В.10	Тексты в рекламе											За	72	32			32	40		2			
14	Б1.В.11	Наружная реклама	За	72	32	16			16	40		2												
15	Б1.В.12	Специальное событие	За	72	32	16			16	40		2												
16	Б1.В.24	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (модуль)	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
17	Б1.В.24.ДВ.01.01	Легкая атлетика	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
18	Б1.В.24.ДВ.01.02	Волейбол	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
19	Б1.В.24.ДВ.01.03	Бадминтон	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
20	Б1.В.24.ДВ.01.04	Баскетбол	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
21	Б1.В.24.ДВ.01.05	Гандбол	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
22	Б1.В.24.ДВ.01.06	Мини-футбол	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
23	Б1.В.24.ДВ.01.07	Настольный теннис	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
24	Б1.В.24.ДВ.01.08	Льжные гонки	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
25	Б1.В.24.ДВ.01.09	Плавание	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
26	Б1.В.24.ДВ.01.10	Спортивная борьба	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
27	Б1.В.24.ДВ.01.11	Спортивная аэробика	За	66	48				48	18			За	66	48			48	18					
28	Б1.В.ДВ.02.01	Фотография в рекламе	За	72	32			32		40		2												
29	Б1.В.ДВ.02.02	Визуализация проекта	За	72	32			32		40		2												
31	Б1.В.ДВ.04.01	Политическая реклама	Эж	108	32	16			16	40	36	3												
32	Б1.В.ДВ.04.02	Выставочная деятельность	Эж	108	32	16			16	40	36	3												
33	Б1.В.ДВ.06.01	Принципы ведения переговоров											Эж	108	32	16		16	40	36	3			
34	Б1.В.ДВ.06.02	Принципы устойчивого развития компаний											Эж	108	32	16		16	40	36	3			
35	Б1.В.ДВ.06.03	Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности											За	108	32	16		16	76		3			
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ					Эж(4) За(6) ЗаО										Эж(5) За(4) ЗаО(2) КР									
ПРАКТИКИ			(План)		72	1			1	71		2	1 1/3		144	2			2	142		4	2 2/3	
	Б2.В.01(У)	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	ЗаО	72	1				1	71		2	1 1/3											
	Б2.В.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая)												144	2			2	142		4	2 2/3		

3 курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 5										Семестр 6									
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр			СР	Конт роль
ИТОГО (с факультативами)				1038							27	20		1252							33	22 2/6
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1038							27			1252							33	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			51,4										56,9								
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54										54								
	Ауд. нагр. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			23										25								
	Конт. раб. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			23										25								
	Ауд. нагр. (элект. курсы по физ.к.)			3										3								
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				966	416	176	32	208	406	144	25	ТО: 16 Э: 2 2/3		1108	456	166		290	472	180	29	ТО: 16 1/3 Э: 3 1/3
1	Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности	За	72	32	16		16	40		2											
2	Б1.О.09	Политология	За	72	32	16		16	40		2											
3	Б1.О.11	Стилистика	Эк	144	48	16		32	60	36	4											
4	Б1.О.21	Менеджмент в массмедиа	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
5	Б1.О.22	Медиаэкономика	За	72	32	16		16	40		2											
6	Б1.О.23	Медиаартистизм											ЗаО	108	32	16		16	76		3	
7	Б1.О.25	Социология массовых коммуникаций											Эк	144	64	32		32	44	36	4	
8	Б1.О.26	Регулирование в маркетинговых коммуникациях											Эк	144	64	32		32	44	36	4	
9	Б1.О.28	Разработка рекламного продукта											Эк КР	144	32	16		16	76	36	4	
10	Б1.О.32	Редактирование медиатекста											Эк	144	48	16		32	60	36	4	
11	Б1.О.34	Управление медиапроектами											Эк	108	48	16		32	24	36	3	
12	Б1.О.35	Основы военной подготовки											За	108	56	22		34	52		3	
13	Б1.В.03	Основы права и противодействие противоправному поведению	За	72	48	32		16	24		2											
14	Б1.В.04	Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ЗаО	72	48	32		16	24		2											
15	Б1.В.08	Связи с общественностью в интернете	За	72	32		32		40		2											
16	Б1.В.13	Организация и проведение коммуникационной кампании											За	72	32			32	40		2	
17	Б1.В.18	Брендинг											За	72	32	16		16	40		2	
18	Б1.В.21	Организация работы отдела связей с общественностью	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
19	Б1.В.23	Организация работы отдела рекламы	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
20	Б1.В.24	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (модуль)	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
21	Б1.В.24.ДВ.01.01	Легкая атлетика	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
22	Б1.В.24.ДВ.01.02	Волейбол	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
23	Б1.В.24.ДВ.01.03	Бадминтон	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
24	Б1.В.24.ДВ.01.04	Баскетбол	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
25	Б1.В.24.ДВ.01.05	Гандбол	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
26	Б1.В.24.ДВ.01.06	Мини-футбол	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
27	Б1.В.24.ДВ.01.07	Настольный теннис	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
28	Б1.В.24.ДВ.01.08	Льжные гонки	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
29	Б1.В.24.ДВ.01.09	Плавание	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
30	Б1.В.24.ДВ.01.10	Спортивная борьба	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
31	Б1.В.24.ДВ.01.11	Спортивная аэробика	За	66	48			48	18				За	64	48			48	16			
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(4) За(6) ЗаО										Эк(5) За(4) ЗаО КР									
ПРАКТИКИ		(План)		72	1			1	71		2	1 1/3		144	2			2	142		4	2 2/3
	Б2.В.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая)	ЗаО	72	1			1	71		2	1 1/3										
	Б2.В.03(П)	Производственная практика (проектная)											144	2			2	142		4	2 2/3	

4 курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 7										Семестр 8									
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр			СР	Конт роль
ИТОГО (с факультативами)				1116							31	20		1116							31	20 2/6
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1044							29			1116							31	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			56,3									57,4									
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54									49,9									
	Ауд. нагр. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			24									23,6									
	Конт. раб. (ОП - элект. курсы по физ.к.)			24									23,6									
	Ауд. нагр. (элект. курсы по физ.к.)																					
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				1044	416	160	32	224	484	144	29	ТО: 16 Э: 2 2/3		576	192	96		96	276	108	16	ТО: 8 1/6 Э: 2 1/6
1	Б1.О.24	Психология массовых коммуникаций	Эк	108	48	16		32	24	36	3											
2	Б1.О.27	Управление общественным мнением и СМИ	За	72	32	16		16	40		2											
3	Б1.О.29	Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
4	Б1.О.30	Риторика											За	72	32	16		16	40		2	
5	Б1.О.33	Консалтинг в связях с общественностью	За	72	32	16		16	40		2											
6	Б1.В.01	Культурология	За	72	32	16		16	40		2											
7	Б1.В.13	Организация и проведение коммуникационной кампании	ЗаО	72	32			32	40		2											
8	Б1.В.14	Связи с общественностью в сфере применения											За	72	32	16		16	40		2	
9	Б1.В.15	Технология производства в рекламе и связях с общественностью	Эк	144	48	16		32	60	36	4											
10	Б1.В.16	Реклама в сфере применения	За	72	32	16		16	40		2											
11	Б1.В.17	Создание рекламного ролика	За	72	32		32		40		2											
12	Б1.В.19	Особенности языка рекламы											Эк	108	32	16		16	40	36	3	
13	Б1.В.20	Особенности языка связей с общественностью											Эк	108	32	16		16	40	36	3	
14	Б1.В.ДВ.01.01	Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
15	Б1.В.ДВ.01.02	Лоббизм	Эк	108	32	16		16	40	36	3											
16	Б1.В.ДВ.03.01	Тексты и документооборот											Эк	108	32	16		16	40	36	3	
17	Б1.В.ДВ.03.02	Этикет и имидж											Эк	108	32	16		16	40	36	3	
18	Б1.В.ДВ.05.01	Корпоративная культура											За	108	32	16		16	76		3	
19	Б1.В.ДВ.05.02	Нейминг в массовой коммуникации											За	108	32	16		16	76		3	
21	Б1.В.ДВ.07.01	Политические технологии в рекламе и связях с общественностью	ЗаО	72	32	16		16	40		2											
22	Б1.В.ДВ.07.02	Политический маркетинг	ЗаО	72	32	16		16	40		2											
23	ФТД.02	Инновационные технологии в связях с общественностью	За	72	32	16		16	40		2											
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(4) За(6) ЗаО(2)										Эк(3) За(3)									
ПРАКТИКИ			(План)	72	1			1	71		2	1 1/3		216	3			3	213		6	4
	Б2.В.03(П)	Производственная практика (проектная)	ЗаО	72	1			1	71		2	1 1/3										
	Б2.О.01(Пд)	Производственная практика (преддипломная)											ЗаО	216	3			3	213		6	4
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)											324	2	2			304	18	9	6
	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена											Эк	108	2	2			97	9	3	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											Эк	216					207	9	6	4

Приложение 6

Материально-техническое обеспечение
Материально-техническое обеспечение основной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата

N п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
	Философия, История (история России, всеобщая история), Речевая культура устной и письменной коммуникации, Современный русский язык, Экономика и финансовая грамотность, Политология, История русской и зарубежной литературы, Стилистика, История искусства, Основы журналистики, Основы рекламы, Техника и технология средств массовой коммуникации, Основы связей с общественностью, Технологии медиатворчества, Основы теории коммуникации, Основы интегрированных коммуникаций, Менеджмент в массмедиа, Медиарилейшнз, Психология массовых коммуникаций, Социология массовых коммуникаций, Регулирование в маркетинговых коммуникациях, Управление общественным мнением и СМИ, Разработка рекламного продукта, Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью,	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный с электроприводом CS; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb), акустическая система BEHRINGER B115D WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление) Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 110 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 111

Риторика, Медиапланирование, Редактирование медиатекста, Консалтинг в связях с общественностью, Управление медиапроектами, Культурология, Основы права и противодействия противоправному поведению, Психология личности и ее саморазвития, Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью, Наружная реклама, Специальное событие, Связи с общественностью в сфере применения, Технология производства в рекламе и связях с общественностью, Реклама в сфере применения, Брендинг, Особенности языка рекламы, Особенности языка связей с общественностью, Организация работы отдела связей с общественностью, Организация работы отдела рекламы, История рекламы и связей с общественностью, Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Лоббизм, Тексты и документооборот, Этикет и имидж, Политическая реклама, Корпоративная культура, Нейминг в массовой коммуникации, Принципы ведения переговоров Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности, Политические технологии в рекламе и связях с общественностью, Политический маркетинг, Инновационные технологии в связях с общественностью Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, Принципы устойчивого развития компании, Выставочная деятельность		
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: Специализированная мебель, проектор View Sonic, ПК(i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом, акустическая система BEHRINGER B115D, , микшер UB 1204 FX, микрофон B-1, камера для телеконференций Logitech WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 130
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 202
Иностранный язык	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 108,127

		(Продление)	
		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 127
Философия, История (история России, всеобщая история), Речевая культура устной и письменной коммуникации, Современный русский язык, Экономика и финансовая грамотность, Политология, История русской и зарубежной литературы, Стилистика, История искусства, Основы журналистики, Основы рекламы, Техника и технология средств массовой коммуникации, Основы связей с общественностью, Технологии медиатворчества, Основы теории коммуникации, Основы интегрированных коммуникаций, Менеджмент в массмедиа, Медиарилейшнз, Психология массовых коммуникаций, Социология массовых коммуникаций, Регулирование в маркетинговых коммуникациях, Управление общественным мнением и СМИ, Разработка рекламного продукта, Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью, Риторика, Медиапланирование, Редактирование медиатекста, Консалтинг в связях с общественностью, Управление медиапроектами, Культурология, Основы права и противодействие противоправному поведению,		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ноутбук 15" PackardBell WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 01, 03, 118, 120, 123, 124, 125, 128, 131
		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), микрофон (9 шт.), микшерский пульт Yamaha, радиосистема, акустическая система MicroLab, камера для телеконференций Logitech WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 04, 117
		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), микрофон (9 шт.), микшерский пульт Yamaha, радиосистема, акустическая система MicroLab, камера для телеконференций Logitech WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 119

Психология личности и ее саморазвития, Тексты в рекламе, Тексты в связях с общественностью, Наружная реклама, Специальное событие, Организация и проведение коммуникационной кампании, Связи с общественностью в сфере применения Технология производства в рекламе и связях с общественностью, Брендинг, Особенности языка рекламы, Особенности языка связей с общественностью, История рекламы и связей с общественностью, Организация работы отдела связей с общественностью, Организация работы отдела рекламы, Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Лоббизм, Тексты и документооборот, Этикет и имидж, Политическая реклама, Корпоративная культура, Нейминг в массовой коммуникации, Принципы ведения переговоров Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности, Политические технологии в рекламе и связях с общественностью, Политический маркетинг, Социальная реклама, Инновационные технологии в связях с общественностью, Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, Принципы устойчивого развития компании, Выставочная деятельность	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 02,129, 206
Компьютерные технологии Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью Реклама в интернете Связи с общественностью в интернете	Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование» Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы:	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 115 394068, г. Воронеж, ул.

		Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.), экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	Хользунова, д.40а, ауд. 126
Технологии медиаторчества Медиаэкономика		Мультимедийная лаборатория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244*244 WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 212
Создание рекламного ролика		Телестудия: малогабаритный многокамерный телевизионный комплекс (ММТК) (1комплект), видеокамера (2шт.), рекордер DVCAM Sony DSR-25, микшерный пульт, видеомикшер Panasonic WG-AVE-55, видеорекордер Pioneer DVR-LX 61 (2шт.), видеоманитофоны Panasonic AG-4700 (2шт.), радиомикрофоны (5 шт.), видеомонтажная станция на базе ПК (7 шт.), персональные компьютеры (4 шт.), принтер Epson Photo T50, МФУ Win10 pro, OfficeSTD, Adobe CreativeCould (3шт) (контракт 3010-07/65-20 от 19.10.20), OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 210
Фотография в рекламе Визуализация проекта		Фотолаборатория: Специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" (8 шт), проектор, экран, принтер Epson Stylus Photo R300, принтер Epson Stylus Photo R3000, колонки Luxeon (1 шт.), вспышка FalconEyes (3 шт.), ресивер FalconEyes (1 шт.), стойка студийная (3 шт.), зонт студийный (3 шт.), софтбокс FalconEyes (1 шт.), штатив Manfrotto(1 шт.), фон студийный бумажный (3 шт.) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 132

	Безопасность жизнедеятельности	Учебная аудитория: проектор, ноутбук, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия (аптечка индивидуальная АИ-2, индивидуальные противохимические пакеты, пакеты перевязочные индивидуальные, комплект индивидуальный медицинский гражданской защиты КИМГЗ, общевойсковой защитный комплект ОЗК, защитные перчатки, противогазы ГП-5, ГП-7, промышленный противогаз, регенеративный патрон, респираторы Р-2, респиратор «Лепесток», противопылевые защитные маски, респиратор противогазовый РПГ, респиратор универсальный РУ-60М, таблицы по теме «Средства индивидуальной защиты», «Коллективные средства защиты», бытовой дозиметр «Мастер-1», бытовой дозиметр «Эколог», измеритель мощности экспозиционной дозы ДП-5В, измеритель мощности экспозиционной дозы ДП-3Б, комплект индивидуальных дозиметров ИД-1, комплект индивидуальных дозиметров ДП-22В, войсковой прибор химической разведки ВПХР, прибор химической разведки медицинской и ветеринарной службы ПХР МВ, индикатор сигнализатор ДП 64, шины для транспортной иммобилизации, автомобильная аптечка, обучающие фильмы: «Антитеррор школа безопасности», «Как вести себя, если Вы – заложник», «Как вести себя с подозрительными лицами», «Как уберечься при теракте на транспорте», «Как вести себя в случае похищения», «Степень риска. Власть толпы» фильм МЧС РФ. Действия населения при ЧС техногенного характера. Действия населения при ЧС природного характера. Видеоролики департамента гражданской защиты по мероприятиям первой помощи, вопросам защиты населения от ЧС. Тренажер сердечно-легочной реанимации «Максим 1», Жгуты кровоостанавливающие с дозированной компрессией для само и взаимопомощи, устройства для проведения искусственного дыхания "Рот-устройство-рот").	394068, г. Воронеж, ул. Пушкинская, д.16, ауд. 110
	Физическая культура и спорт Элективные курсы по физической культуре и спорту	Спортивный зал: 2 баскетбольных щита, волейбольные стойки, стойки для б/тенниса, ворота для мини-футбола, волейбольная сетка, сетка для большого тенниса, столы для большого тенниса (15 шт.), многофункциональный тренажер, 3 штанги с комплектом «блинов», обручи, скакалки, атлетические тренажеры (4 шт.), футбольные, баскетбольные и волейбольные мячи (по 5 шт.)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. Спортивный зал
	ГИА	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 128

Приложение 7**Рабочая программа воспитания**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
журналистики

Тулупов В.В.

25.05.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ**1. Код и наименование направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация: Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации**3. Квалификация выпускника:** бакалавр**4. Составители программы:** Цуканова Марина Игоревна, кандидат филологических наук, доцент**5. Рекомендована:** Ученым советом факультета журналистики от 25.05.2023, протокол №5**6. Учебный год:** 2023/24

7. Цель и задачи программы:

Цель программы – воспитание высоконравственной, духовно развитой и физически здоровой личности, обладающей социально и профессионально значимыми личностными качествами и компетенциями, способной творчески осуществлять профессиональную деятельность и нести моральную ответственность за принимаемые решения в соответствии с социокультурными и духовно-нравственными ценностями.

Задачи программы:

- формирование единого воспитательного пространства, направленного на создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского и профессионального самоопределения и самореализации;
- вовлечение обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения по всем направлениям воспитательной работы в вузе/на факультете;
- освоение обучающимися духовно-нравственных ценностей, гражданско-патриотических ориентиров, необходимых для устойчивого развития личности, общества, государства;
- содействие обучающимся в личностном и профессиональном самоопределении, проектировании индивидуальных образовательных траекторий и образа будущей профессиональной деятельности, поддержка деятельности обучающихся по самопознанию и саморазвитию.

8. Теоретико-методологические основы организации воспитания

В основе реализации программы лежат следующие **подходы**:

- *системный*, который означает взаимосвязь и взаимообусловленность всех компонентов воспитательного процесса – от цели до результата;
- *организационно-деятельностный*, в основе которого лежит единство сознания, деятельности и поведения и который предполагает такую организацию коллектива и личности, когда каждый обучающийся проявляет активность, инициативу, творчество, стремление к самовыражению;
- *личностно-ориентированный*, утверждающий признание человека высшей ценностью воспитания, активным субъектом воспитательного процесса, уникальной личностью;
- *комплексный подход*, подразумевающий объединение усилий всех субъектов воспитания (индивидуальных и групповых), институтов воспитания (подразделений) на уровне социума, вуза, факультета и самой личности воспитанника для успешного решения цели и задач воспитания; сочетание индивидуальных, групповых и массовых методов и форм воспитательной работы.

Основополагающими **принципами** реализации программы являются:

- *системность* в планировании, организации, осуществлении и анализе воспитательной работы;
- *интеграция* внеаудиторной воспитательной работы, воспитательных аспектов учебного процесса и исследовательской деятельности;
- *мотивированность* участия обучающихся в различных формах воспитательной работы (аудиторной и внеаудиторной);

- *вариативность*, предусматривающая учет интересов и потребностей каждого обучающегося через свободный выбор альтернативных вариантов участия в направлениях воспитательной работы, ее форм и методов.

Реализация программы предусматривает использование следующих **методов** воспитания:

- методы формирования сознания личности (рассказ, беседа, лекция, диспут, метод примера);
- методы организации деятельности и приобретения опыта общественного поведения личности (создание воспитывающих ситуаций, педагогическое требование, инструктаж, иллюстрации, демонстрации);
- методы стимулирования и мотивации деятельности и поведения личности (соревнование, познавательная игра, дискуссия, эмоциональное воздействие, поощрение, наказание);
- методы контроля, самоконтроля и самооценки в воспитании.

При реализации программы используются следующие **формы** организации воспитательной работы:

- массовые формы – мероприятия на уровне университета, города, участие во всероссийских и международных фестивалях, конкурсах и т.д.;
- групповые формы – мероприятия внутри коллективов академических групп, студий творческого направления, клубов, секций, общественных студенческих объединений и др.;
- индивидуальные, личностно-ориентированные формы – индивидуальное консультирование преподавателями обучающихся по вопросам организации учебно-профессиональной и научно-исследовательской деятельности, личностного и профессионального самоопределения, выбора индивидуальной образовательной траектории и т.д.

9. Содержание воспитания

Практическая реализация цели и задач воспитания осуществляется в рамках следующих направлений воспитательной работы в вузе/на факультете:

- 1) духовно-нравственное воспитание;
- 2) гражданско-правовое воспитание;
- 3) патриотическое воспитание;
- 4) экологическое воспитание;
- 5) культурно-эстетическое воспитание;
- 6) физическое воспитание;
- 7) профессиональное воспитание.

9.1. Духовно-нравственное воспитание

- формирование нравственной позиции, в том нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия, добра, дружелюбия);

- развитие способности к сопереживанию и формированию позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам;
- формирование толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;
- развитие способности к духовному развитию, реализации творческого потенциала в учебно-профессиональной деятельности на основе нравственных установок и моральных норм, непрерывного самообразования и самовоспитания;
- развитие способности к сотрудничеству с окружающими в образовательной, общественно полезной, проектной и других видах деятельности.

9.2. Гражданско-правовое воспитание

- выработка осознанной собственной позиции по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего;
- формирование российской гражданской идентичности, гражданской позиции активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;
- формирование установок личности, позволяющих противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, коррупции, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, другим негативным социальным явлениям;
- развитие студенческого самоуправления, совершенствование у обучающихся организаторских умений и навыков;
- расширение конструктивного участия обучающихся в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления;
- поддержка инициатив студенческих объединений, развитие молодежного добровольчества и волонтерской деятельности;
- организация социально значимой общественной деятельности студенчества.

9.3. Патриотическое воспитание

- формирование чувств патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества;
- формирование патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, стремления защищать интересы Родины и своего народа;
- формирование чувства гордости и уважения к достижениям и культуре своей Родины на основе изучения культурного наследия и традиций многонационального народа России, развитие желания сохранять ее уникальный характер и культурные особенности;

- развитие идентификации себя с другими представителями российского народа;
- вовлечение обучающихся в мероприятия военно-патриотической направленности;
- приобщение обучающихся к истории родного края, традициям вуза, развитие чувства гордости и уважения к выдающимся представителям университета;
- формирование социально значимых и патриотических качеств обучающихся.

9.4. Экологическое воспитание

- формирование экологической культуры;
- формирование бережного и ответственного отношения к своему здоровью (физическому и психологическому) и здоровью других людей, живой природе, окружающей среде;
- вовлечение обучающихся в экологические мероприятия;
- выработка умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии, приобретение опыта эколого-направленной деятельности;
- укрепление мотивации к физическому самосовершенствованию, занятию спортивно-оздоровительной деятельностью;
- развитие культуры безопасной жизнедеятельности, умений оказывать первую помощь;
- профилактика наркотической и алкогольной зависимости, табакокурения и других вредных привычек.

9.5. Культурно-эстетическое воспитание

- формирование эстетического отношения к миру, включая эстетику научного и технического творчества, спорта, общественных отношений и быта;
- приобщение обучающихся к истинным культурным ценностям;
- расширение знаний в области культуры, вовлечение в культурно-досуговые мероприятия;
- повышение интереса к культурной жизни региона; содействие его конкурентоспособности посредством участия во всероссийских конкурсах и фестивалях;
- создание социально-культурной среды вуза/факультета, популяризация студенческого творчества, формирование готовности и способности к самостоятельной, творческой деятельности;
- совершенствование культурного уровня и эстетических чувств обучающихся.

9.6. Физическое воспитание

- создание условий для занятий физической культурой и спортом, для развивающего отдыха и оздоровления обучающихся, включая студентов с ограниченными возможностями здоровья, студентов, находящихся в трудной

жизненной ситуации, в том числе на основе развития спортивной инфраструктуры вуза/факультета и повышения эффективности ее использования;

- формирование мотивации к занятиям физической культурой и спортом, следованию здоровому образу жизни, в том числе путем пропаганды в студенческой среде необходимости участия в массовых спортивно-общественных мероприятиях, популяризации отечественного спорта и спортивных достижений страны/региона/города/вуза/факультета;
- вовлечение обучающихся в спортивные соревнования и турниры, межфакультетские и межвузовские состязания, встречи с известными спортсменами и победителями соревнований.

9.7. Профессиональное воспитание

- приобщение студентов к традициям и ценностям профессионального сообщества, нормам корпоративной этики;
- развитие профессионально значимых качеств личности будущего компетентного и ответственного специалиста в учебно-профессиональной, научно-исследовательской деятельности и внеучебной работе;
- формирование творческого подхода к самосовершенствованию в контексте будущей профессии;
- повышение мотивации профессионального самосовершенствования обучающихся средствами изучаемых учебных дисциплин, практик, научно-исследовательской и других видов деятельности;
- ориентация обучающихся на успех, лидерство и карьерный рост; формирование конкурентоспособных личностных качеств;
- освоение этических норм и профессиональной ответственности посредством организации взаимодействия обучающихся с мастерами профессионального труда.

10. Методические рекомендации по анализу воспитательной работы на факультете и проведению ее аттестации (по реализуемым направлениям подготовки/специальностям)

Ежегодно заместитель декана по воспитательной работе представляет на ученом совете факультета отчет, содержащий анализ воспитательной работы на факультете и итоги ее аттестации (по реализуемым направлениям подготовки / специальностям).

Анализ воспитательной работы на факультете проводится с **целью** выявления основных проблем воспитания и последующего их решения.

Основными **принципами** анализа воспитательного процесса являются:

- *принцип гуманистической направленности*, проявляющийся в уважительном отношении ко всем субъектам воспитательного процесса;
- *принцип приоритета анализа сущностных сторон воспитания*, ориентирующий на изучение не столько количественных его показателей, сколько качественных – таких как содержание и разнообразие деятельности, характер общения и отношений субъектов образовательного процесса и др.;

- *принцип развивающего характера осуществляемого анализа*, ориентирующий на использование его результатов для совершенствования воспитательной деятельности в вузе/на факультете: уточнения цели и задач воспитания, планирования воспитательной работы, адекватного подбора видов, форм и содержания совместной деятельности обучающихся и преподавателей;
- *принцип разделенной ответственности* за результаты профессионально-личностного развития обучающихся, ориентирующий на понимание того, что профессионально-личностное развитие – это результат влияния как социальных институтов воспитания, так и самовоспитания.

Примерная схема анализа воспитательной работы на факультете

1. Анализ целевых установок

1.1 Наличие рабочей программы воспитания по всем реализуемым на факультете ООП.

1.2 Наличие утвержденного комплексного календарного плана воспитательной работы.

2. Анализ информационного обеспечения организации и проведения воспитательной работы

2.1 Наличие доступных для обучающихся источников информации, содержащих план воспитательной работы, расписание работы студенческих клубов, кружков, секций, творческих коллективов и т.д.

3. Организация и проведение воспитательной работы

3.1 Основные направления воспитательной работы в отчетном году, использованные в ней формы и методы, степень активности обучающихся в проведении мероприятий воспитательной работы.

3.2 Проведение студенческих фестивалей, смотров, конкурсов и пр., их количество в отчетном учебном году и содержательная направленность.

3.3 Участие обучающихся и оценка степени их активности в фестивалях, конкурсах, смотрах, соревнованиях различного уровня.

3.4 Достижения обучающихся, участвовавших в фестивалях, конкурсах, смотрах, соревнованиях различного уровня (количество призовых мест, дипломов, грамот и пр.).

3.5 Количество обучающихся, участвовавших в работе студенческих клубов, творческих коллективов, кружков, секций и пр. в отчетном учебном году.

3.6 Количество обучающихся, задействованных в различных воспитательных мероприятиях в качестве организаторов и в качестве участников.

4. Итоги аттестации воспитательной работы факультета

4.1. Выполнение в отчетном году календарного плана воспитательной работы: выполнен полностью – перевыполнен (с приведением конкретных сведений о перевыполнении) – невыполнен (с указанием причин невыполнения отдельных мероприятий).

4.2. Общее количество обучающихся, принявших участие в воспитательных мероприятиях в отчетном учебном году.

4.3. При наличии фактов пассивного отношения обучающихся к воспитательным мероприятиям: причины пассивности и предложения по ее устранению, активному вовлечению обучающихся в воспитательную работу.

4.4. Дополнительно в отчете могут быть представлены (по решению заместителя декана по воспитательной работе) сведения об инициативном участии обучающихся в воспитательных мероприятиях, не предусмотренных календарным планом воспитательной работы, о конкретных обучающихся, показавших наилучшие результаты участия в воспитательных мероприятиях и др.

Процедура аттестации воспитательной работы и выполнения календарного плана воспитательной работы

Оценочная шкала: «удовлетворительно» – «неудовлетворительно».

Оценочные критерии:

1. Количественный – участие обучающихся в мероприятиях календарного плана воспитательной работы (олимпиадах, конкурсах, фестивалях, соревнованиях и т.п.), участие обучающихся в работе клубов, секций, творческих, общественных студенческих объединений.

Воспитательная работа признается удовлетворительной при выполнении **одного из условий:**

Выполнение запланированных мероприятий по 6 из 7 направлений воспитательной работы
или
Участие не менее 80% обучающихся в мероприятиях по не менее 5 направлениям воспитательной работы
или
Охвачено 100% обучающихся по не менее 4 направлениям воспитательной работы
или
1. Охват не менее 50% обучающихся в мероприятиях по 7 направлениям воспитательной работы.
2. Наличие дополнительных достижений обучающихся (индивидуальных или групповых) в мероприятиях воспитательной направленности внутривузовского, городского, регионального, межрегионального, всероссийского или международного уровня.

2. Качественный – достижения обучающихся в различных воспитательных мероприятиях (уровень мероприятия – международный, всероссийский, региональный, университетский, факультетский; статус участия обучающихся – представители страны, области, вуза, факультета; характер участия обучающихся – организаторы, исполнители, зрители).

Способы получения информации для проведения аттестации: педагогическое наблюдение; анализ портфолио обучающихся и документации, подтверждающей их достижения (грамот, дипломов, благодарственных писем, сертификатов и пр.); беседы с обучающимися, студенческим активом факультета, преподавателями, принимающими участие в воспитательной работе, кураторами основных образовательных программ; анкетирование обучающихся (при необходимости); отчеты кураторов студенческих групп 1-2 курсов (по выбору заместителя декана по воспитательной работе и с учетом особенностей факультета).

Источники получения информации для проведения аттестации: устные, письменные, электронные (по выбору заместителя декана по воспитательной работе и с учетом особенностей факультета).

Фиксация результатов аттестации: отражаются в ежегодном отчете заместителя декана по воспитательной работе (по решению заместителя декана по воспитательной работе – в целом по факультету или отдельно по реализуемым направлениям подготовки / специальностям).

Календарный план воспитательной работы

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики
наименование факультета



Тулупов В.В.

25.05.2023

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ* на 2023/2024 учебный год

№ п/п	Направление воспитательной работы	Мероприятие с указанием его целевой направленности	Сроки выполнения	Уровень мероприятия (всероссийский, региональный, университетский, факультетский)	Ответственный исполнитель (в соответствии с уровнем проведения мероприятия)
1.	Духовно-нравственное воспитание	День донора (формирование небезразличного отношения к донорству и возможности помочь людям, развитие молодежного добровольчества, организация социально значимой общественной деятельности студентов)	Сентябрь, апрель	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия по профилактике межнациональных конфликтов (формирование толерантного отношения обучающихся к гражданам других национальностей)	Сентябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия Клуба волонтеров ВГУ (благотворительные акции, дни донора, помощь пожилым людям, ветеранам, больным детям, сиротам, экологические акции, проведение различного рода мероприятий, помощь в организации общественно значимых мероприятий)	В течение года	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Акция «Снежный десант» (оказание безвозмездной помощи жителям населенных пунктов, развитие студенческого самоуправления, совершенствование у обучающихся организаторских умений и навыков, развитие молодежного добровольчества, организация социально значимой общественной деятельности студентов)	Январь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Поздравление сотрудников и студентов с праздником 8 марта	Март	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Музыкальный вечер "По струнам души" (вечер авторской песни, направленный на раскрытие творческого потенциала обучающихся)	Апрель	Университетский	Управление по работе с молодежью
		Тренинг для волонтеров	Апрель	Университетский	Объединенный совет

					обучающихся
		Лекция от студентов, закончивших ВГУ	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Агитационная кампания ОСО ВГУ (мероприятия по привлечению студентов в актив университета)	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Обучение нового состава клиницистов (программа для введения в курс деятельности новых участников Юридической клиники ВГУ)	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет
		«В гости к студенческому совету» (мероприятия, интерактивы, подкасты и др. формы, способствующие развитию взаимодействию студенческих советов факультетов между собой)	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Проведение интеллектуальных викторин	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		«Субботний университет»	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		«Кубок 17 факультетов» (соревновательная программа в форме квеста для укрепления дружественных связей между факультетами, площадка для обсуждения совместных идей и проектов)	Май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Викторина «Я знаю свой университет»	Август	Университетский	Объединенный совет обучающихся
2.	Гражданско-правовое воспитание	Мероприятия, посвященные Дню солидарности в борьбе с терроризмом (почтение памяти погибших в трагедии г. Беслана, формирование твердой позиции обучающихся в неприятии теории экстремизма)	3 сентября	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Проведение комплекса круглых столов и лекций по противодействию экстремизму и терроризму (консолидация знаний о методах предотвращения террористических актов, формирование твердой позиции обучающихся в неприятии теории экстремизма)	Сентябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Круглый стол «Безопасность в сети Интернет» (площадка для информирования обучающихся о мерах предосторожности при использовании различных интернет-ресурсов, выработки умений грамотного пользования социальными сетями, обсуждения актуальных проблем, связанных с мошенническими действиями, призывами к асоциальному поведению и др.)	Март	Университетский	Психолого-социологическая служба
		Секции Юридической клиники	Апрель	Университетский	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет
		«Школа права»	Май	Региональный	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет

3.	Патриотическое воспитание	Межрегиональный фестиваль национальных видов спорта «Русский спорт» (популяризация национальных видов спорта)	Сентябрь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Форум по патриотическому воспитанию	Сентябрь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		«Без срока давности: Нюрнбергский процесс» (открытая лекция) - формирование нетерпимого отношения к нацистским преступлениям	Октябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе, кафедра истории зарубежных стран и востоковедения
		«Без срока давности: О злодеяниях немецко-фашистских захватчиков на воронежской земле» (открытая лекция) - формирование нетерпимого отношения к нацистским преступлениям, приобщение обучающихся к истории родного края	Январь	Университетский	Отдел по воспитательной работе, кафедра новейшей отечественной истории, историографии и документоведения
		Митинг, посвященный Дню освобождения г. Воронежа от немецко-фашистских захватчиков (почтение памяти героев ВОВ, формирование уважительного отношения к памяти защитников Отечества)	25 января	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		«Без срока давности: круглый стол по фильму М. Ромма «Обыкновенный фашизм» - формирование у обучающихся целостных исторических представлений, нетерпимого отношения к нацистским преступлениям, патриотического сознания	Апрель-май	Университетский	Отдел по воспитательной работе, кафедра истории зарубежных стран и востоковедения
		Гуманитарная помощь ветеранам	май	Региональный	Объединенный совет обучающихся
		Участие в акции «Бессмертный полк» (формировании и укрепление патриотизма в молодежной среде, сохранение памяти о Героях Отечества)	май	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия, посвященные Дню Победы (почтение памяти героев ВОВ, формирование уважительного отношения к памяти защитников Отечества, формирование у обучающихся патриотического сознания, чувства верности своей Родине)	Май	Региональный	Отдел по воспитательной работе
4.	Экологическое воспитание	Мероприятия по профилактике табакокурения, алкоголизма и употребления наркотических веществ (формирование у обучающихся ответственного отношения к своему здоровью, здоровью окружающих)	Октябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Психолого-социологическая служба
		Мероприятия, посвященные Всемирному дню борьбы со СПИДом (формирование у обучающихся ответственного отношения к здоровью – как собственному, так и других людей)	1 декабря	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Психолого-социологическая служба
		Субботники (формирование бережного и ответственного отношения к живой природе и окружающей среде)	Апрель	Университетский	Отдел по воспитательной работе
5.	Культурно-эстетическое	Праздничный концерт, посвященный Дню знаний, поздравление обучающихся с началом учебного года (приобщение студентов к	1 сентября	Университетский	Отдел по воспитательной работе

	воспитание	традициям и ценностям вуза, развитие корпоративной культуры)			
		Мероприятие «Посвящение в студенты» (направлено на адаптацию первокурсников в среде университета, развитию взаимодействия внутри групп, факультетов)	Сентябрь	Университетский	Деканаты факультетов
		Цикл образовательных лекций для студентов в рамках подготовительной программы к фестивалю «Первокурсник – 2022» (обеспечение студентов необходимой базой знаний в области организации творческих номеров, консультативная помощь в реализации идей и т. п.)	Октябрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Праздничный концерт, посвященный Дню студента (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Ноябрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Творческий фестиваль «Первокурсник» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Декабрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Участие во всероссийском молодежном фестивале «Всероссийский студенческий марафон» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Февраль	Всероссийский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Праздничные мероприятия «Широкая масленица» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Март	Университетский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Творческий фестиваль «Университетская весна» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Апрель	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Фестиваль «Областная весна» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Апрель	Региональный	Культурно-досуговый отдел
		Участие в федеральном мероприятии «Российская студенческая весна» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Май	Всероссийский	Культурно-досуговый отдел
6.	Физическое воспитание	Фестиваль ГТО (популяризация отечественного спорта, мотивация студентов к занятиям спортом и здоровому образу жизни)	Сентябрь	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Анкетирование студентов по видам спорта	Сентябрь	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Межфакультетская универсиада (популяризация отечественного спорта, мотивация студентов к занятиям спортом и здоровому образу жизни)	Ноябрь-март	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Внутривузовский этап Чемпионата АССК	Декабрь-март	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Региональная Универсиада	Февраль-май	Региональный	Спортивный клуб, Кафедра

					физического воспитания и спорта
		Участие в федеральном спортивном проекте «АССК.Фест»	Май	Всероссийский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
7.	Профессиональное воспитание	Агитационная кампания по привлечению обучающихся в студенческие отряды	В течение года	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Турнир Трёх Наук (повышение мотивации профессионального совершенствования обучающихся путем нестандартного подхода к изучению науки)	В течение учебного года	Всероссийский	Объединенный совет обучающихся
		День российского студенчества	25 января	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Культурно-досуговый отдел
		«Домашняя целина» студенческих отрядов ВГУ	Май	Университетский	Отдел по воспитательной работе

***Примечания:**

1. Общеуниверситетский календарный план дополняется факультетскими мероприятиями по направлениям воспитательной работы.
2. По решению ученого совета факультета из календарного плана могут быть изъяты отдельные мероприятия нефакультетского уровня (по представлению заместителя декана по воспитательной работе).

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей)**Б1.О.01 Философия**

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними

УК-1.2 Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном взаимодействии философские и этические аспекты мировоззрения различных социальных групп социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – развить у студентов интерес к фундаментальным теоретическим знаниям о мире, вооружить студентов определенной совокупностью знаний о различных сторонах философии как системы, познакомить их с основными понятиями и категориями, которые используются при изучении дисциплины «Философия».

Задачи изучения учебной дисциплины: способствовать созданию у студентов целостного системного представления о мире и человеке, развить навыки философского мышления, дать представление о философских, научных и религиозных картинах мира, смысле жизни человека, формах человеческого знания и особенностях его проявления в современном обществе, о соотношении духовных и материальных ценностей, их роли в жизнедеятельности человека, обществе, цивилизации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-5.1 Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями изучения учебной дисциплины «История (история России, всеобщая история)» являются:

- дать целостное представление об основных этапах и тенденциях исторического развития России в мировой истории с древнейших времен и до наших дней;
- способствовать пониманию значения истории для осознания поступательного развития общества, его единства и противоречивости.

Задачи учебной дисциплины:

- показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории;
- проанализировать общее и особенное российской истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе;
- показать место истории в обществе; формирование и эволюцию исторических понятий и категорий;
- раскрыть роль и место истории в системе гуманитарных и социальных наук; значение междисциплинарных исследований и образовательных курсов;
- показать по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня споры и дискуссии в российской и зарубежной историографии.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.03 Иностранный язык

Общая трудоемкость дисциплины: 8 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения

УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является овладение необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение обучающимися иностранным языком для самообразования в выбранном направлении.

Формы промежуточной аттестации: зачет, зачет, зачет, экзамен.

Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-8.1 Идентифицирует и анализирует опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляемой деятельности; знает основные вопросы безопасности жизнедеятельности;

УК-8.2 Способен осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального (биолого-социального) происхождения; грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности;

УК-8.3 Готов принимать участие в оказании первой и экстренной допсихологической помощи при травмах и неотложных состояниях, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций в мирное и военное время;

УК-8.4 Способен обеспечить безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты; выявить и устранить проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является ознакомление студентов с основными положениями теории и практики проблем сохранения здоровья и жизни человека в техносфере, защитой его от опасностей техногенного, антропогенного, естественного происхождения и созданием комфортных условий жизнедеятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- 1) сформировать представление об основных нормах профилактики опасностей на основе сопоставления затрат и выгод;
- 2) сформировать навыки идентификации (распознавания) опасностей: вид опасностей, величина, возможный ущерб и др.;
- 3) сформировать навыки оказания первой помощи, в т.ч. проведения реанимационных мероприятий;
- 4) сформировать и развить навыки действия в условиях чрезвычайных ситуаций или опасностей;
- 5) сформировать психологическую готовность эффективного взаимодействия в условиях чрезвычайной ситуации различного характера

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.05 Физическая культура и спорт

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма.

УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.

УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и

связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели данной дисциплины:

-знакомство студентов с вопросами происхождения языка и с основными понятиями языкознания;

-формирование у обучающихся нормативной грамотности в сфере устной речи («Орфоэпия»);

-формирование у студентов нормативной грамотности в сфере письменной коммуникации («Орфография» и «Пунктуация»).

Основные задачи дисциплины:

- дать студентам представление о происхождении языка;

- раскрыть содержание основных понятий языкознания;

- познакомить студентов с орфоэпическими нормами русского языка;

- изучить трудные случаи орфографических норм русского языка;

- изучить трудные случаи норм пунктуации;

- добиться от учащихся усвоения вышеназванных норм речи и применения их в практике устной и письменной коммуникации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.07 Современный русский язык

Общая трудоемкость дисциплины: 11 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Курс “Современного русского языка” ставит **целью** создание у студента целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка; представления о нормах разных языковых уровней. Разделы «Лексикология», «Морфемика и словообразование», «Морфология», «Синтаксис» дают знания об устройстве и функционировании соответствующих систем русского языка.

Основные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с устройством лексико-фразеологической системы русского языка;
- дать представление о словообразовательной системе русского языка в ее связи с лексикологией и морфологией;
- определить принципы морфемного анализа слов;
- классифицировать основные способы русского словообразования;
- дать алгоритм словообразовательного анализа;
- рассмотреть систему частей речи русского языка;
- познакомить студентов с морфологическими нормами русского языка;
- рассмотреть синтаксическую систему русского языка в ее связи с другими ярусами языка;
- познакомить студентов с синтаксическими нормами русского языка.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, экзамен, экзамен.

Б1.О.08 Экономика и финансовая грамотность

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК -9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики

УК-9.2 Понимает основные виды государственной социально-экономической политики и их влияние на индивида

УК-9.3 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)

УК-9.4 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

УК-9.5 Контролирует собственные экономические и финансовые риски.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и

связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся знаний совокупности экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Задачи учебной дисциплины:

- изучить экономические системы, микро- и макроэкономические проблемы, рынок, рыночный спрос и рыночное предложение;
- ознакомить обучающихся с основами функционирования деятельности предприятия;
- изучить основы функционирования национальной и мировой экономики;
- развить у обучающихся способность вырабатывать собственную позицию по актуальным теоретическим проблемам экономической науки и ее практическим приложениям;
- сформировать умения проводить самостоятельные научные исследования и обобщать полученные результаты, формулировать и обосновывать аргументы в защиту собственной позиции.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б1.О.09 Политология

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для и разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: формирование у студентов общих представлений о политике, ее основных аспектах, проблемах, закономерностях и взаимодействии с другими сферами общественной жизни; изучение системы общественных и государственных институтов Российской Федерации; формирование у студентов гражданских качеств, адекватного и объективного понимания современных политических процессов.

Задачи: развить у студентов аналитическое мышление при оценке современных политических событий, как на микро, так и на макроуровне; сформировать понимание важности гражданской позиции в оценке отечественного политического процесса и мировых процессов общественного развития; развить у студентов навыки практического политического анализа современных реалий общества, показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского гуманитарного цикла; обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных политических институтов (государственных и общественных), с этапами и циклами политического процесса; обеспечить понимание студентами своеобразия политического развития России, ознакомить их с особенностями российского государства на разных этапах его развития, со спецификой взаимодействия общества и власти, с характеристиками партийной и избирательной систем современной России, с основными чертами российской политической культуры и идеологии.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы

Общая трудоемкость дисциплины: 7 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины – дать целостное представление о процессе развития русской и зарубежной литературы, рассмотрев творчество ведущих писателей.

Задачи учебной дисциплины:

- включение литературы в контекст исторического и культурного развития стран;
- формирование представления об особенностях и закономерностях развития русской и зарубежной литературы;
- определение основных этапов развития литературы;
- характеристика основных направлений и течений литературы;
- ознакомление студентов с наиболее значимыми явлениями русской и зарубежной литературы;
- выявление идейно-эстетической сущности произведений;
- выявление традиций, выработанных русской и зарубежной литературой в процессе ее исторического развития.

Формы промежуточной аттестации - зачет с оценкой, зачет с оценкой.

Б1.О.11 Стилистика

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.2. Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке

УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном языке

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной **целью** учебной дисциплины является формирование у студентов знаний о системе стилистических норм и приемов разных языковых уровней, позволяющих писать качественный медиатекст; о типах нарушений стилистических норм и путях исправления ошибок.

Основные **задачи** дисциплины:

- изучение стилистических возможностей языковых единиц разных уровней – лексического, словообразовательного, морфологического, синтаксического;
- знакомство с лексическими, словообразовательными, морфологическими и синтаксическими стилистическими нормами русского языка;
- формирование теоретических знаний о лексических, словообразовательных, морфологических и синтаксических стилистических нормах русского языка и их стилистических возможностях;
- выработка умений и навыков применения лексических, словообразовательных, морфологических и синтаксических стилистических норм на практике.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.12 История искусства

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: познакомить слушателей с высшими достижениями человечества на всём протяжении длительного пути его исторического развития, выработать у студентов навыки самостоятельного анализа и оценки сложных и разнообразных явлений художественной жизни разных эпох, объективные ориентиры и ценностные критерии при изучении искусства.

Задачи: 1) соединение знаний по истории и теории художественной культуры в единую и целостную систему; 2) овладение специфическим терминологическим аппаратом; 3) умение обнаружить самобытные национальные русские традиции и их связь с художественными проявлениями других культур.

Форма промежуточной аттестации: зачёт с оценкой.

Б1.О.13 Основы журналистики

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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 систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

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

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.

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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- формирование представления о концептуальных положениях теории журналистики;
- определение значения наиболее важных в теории и практике журналистики понятий;
- получение основной информации по разделам дисциплины.

Цели и задачи практических занятий:

- углубленное изучение отдельных разделов дисциплины;
- формирование представления о журналистской науке как о развивающейся отрасли знания, осознание проблемного характера разрешения некоторых научных вопросов;
- развитие умения самостоятельно анализировать журналистскую деятельность и аргументировать свои суждения;
- контроль усвоения студентами учебного материала.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Б1.О.14 Основы рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- получение обучающимися общего представления об основах рекламы, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций, формирование базовых профессиональных компетенций для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о категориально-понятийном аппарате рекламы;
- дать представление о рекламе как социальном институте и составляющей интегрированной маркетинговой коммуникации;
- познакомить студентов с функциями и видами рекламы;
- рассмотреть преимущества и недостатки различных средств рекламы;
- рассмотреть составляющие и функциональное назначение фирменного стиля.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

ОПК-6.3. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель освоения учебной дисциплины:

- знакомство студентов с современными техникой и технологиями производства и оформления периодических изданий, ТВ, РВ и интернет-СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с категориально-понятийным аппаратом медиадизайна;
- знакомство с техникой СМК;
- формирование представлений о принципах современного медиадизайна;
- формирование представлений о методах современного медиадизайна;
- овладение знаниями об особенностях допечатной подготовки;
- освоение процесса макетирования.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.16 Компьютерные технологии

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов:

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-6.1. Осуществляет поиск, сбор, хранение, обработку информации при решении задач профессиональной деятельности.

ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ОПК-6.3 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели дисциплины: объяснение студентам глобальной сущности информации, особенностей и возможностей современных методов обработки информации с помощью компьютеров, формирование соответствующих навыков.

Задачи дисциплины:

- изучение истории развития и принципов работы вычислительных машин;
- изучение состава и структуры персонального компьютера, принципов работы в

современных операционных системах;

- изучение принципов работы интернета и Всемирной паутины, поиска, сбора и публикации информации в сети.

- практика навыков работы в прикладных офисных программах (работа с текстом, таблицами, презентациями).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.17 Основы связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области СО.

Задачи учебной дисциплины:

-познакомить с категориально-понятийным аппаратом в области СО;

-закрепить на практике основные виды деятельности в области СО;

-освоить технологии СО.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.18 Технологии медиатворчества

Общая трудоемкость дисциплины: 8 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- выявление специфики журналистского текста;

- формирование представления об основных этапах процесса создания журналистского текста;

- получение знаний технологического характера о познавательной стадии процесса создания журналистского текста (выбор темы, сбор информации, обработка информации);

- получение знаний технологического характера о коммуникативной стадии процесса создания журналистского текста (создание текста, система жанров журналистики).

Цели и задачи практических занятий:

- формирование навыков, необходимых для анализа современных журналистских текстов;
- формирование практических навыков по выбору темы для журналистского текста;
- формирование практических навыков по сбору и обработке информации для журналистского текста;
- формирование практических навыков по подготовке журналистских текстов в различных жанрах и форматах.

Формы промежуточной аттестации: зачёт, зачёт с оценкой, экзамен.

Б1.О.19 Основы теории коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения

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-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия коммуникации и общения, овладеть принципами построения эффективной коммуникации.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями и терминами; познакомить студентов с основными вехами возникновения коммуникации в социуме; дать представления о составляющих коммуникативного процесса.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

ОПК- 4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов

ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- сформировать представление об основах интегрированных маркетинговых коммуникаций, отдельных элементах комплекса маркетинговых коммуникаций

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать базовые профессиональные компетенции для ведения самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы, стимулирования сбыта и прямого маркетинга.
- показать роль маркетинговых коммуникаций в современном обществе и рассмотреть теории коммуникации;
- изучить специфику маркетинговых коммуникаций, в том числе с точки зрения комплексного и интегрированного подходов.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа

Общая трудоемкость дисциплины – 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

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-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Целями освоения учебной дисциплины являются: дать представление о функциональных обязанностях менеджеров различного уровня и обучить азам менеджмента в массмедиа с учетом специфики.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с мировыми школами менеджмента и их основателями, методами управления маркетинговыми и коммуникационными кампаниями; обучить азам тайм-менеджмента и управления вниманием, дать представление о стимулировании к труду в сфере массмедиа (материальное и нематериальное поощрение сотрудников), системе коучинга (тьютинга, наставничества и т.п.).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.22 Медиаэкономика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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.

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- ознакомить студентов с основными законами и концепциями медиарынка, маркетинга, менеджмента;
- ознакомить студентов с новейшей историей становления в России медиарынка;
- ознакомить с принципами организации и работы медиапредприятия;
- дать теоретические знания в области стратегического и тактического маркетингового планирования, проведения маркетинговых исследований и кампаний, иных направлений маркетинга;
- ознакомить с принципами финансово-бюджетной организации медиапредприятия, бизнес-планирования СМИ.

Цели и задачи практических занятий:

- контролировать усвоение студентами теоретического материала, получаемого на лекциях;
- предоставить студентам возможность смоделировать бизнес-процессы современного медиапредприятия, действующего в условиях становления национальной экономики;
- сформировать умения самостоятельно подготовить план проведения маркетинговой кампании, учебный вариант бюджета СМИ.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.23 Медиарилейшнз

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные

характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - познакомить студентов с основами теории и технологий медиарилейшнз, применяемых в практике СО, в общественно-политической и экономической сферах.

Задачи курса:

- знакомство с методами анализа и проектирования коммуникативной среды компании;
- осваивание студентами форм и практических приемов взаимодействия со СМИ, применяемых в деятельности СО-специалиста;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной пресс-службы;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы специалиста по взаимодействию со СМИ, статусе пресс-секретаря в структуре организации;
- овладение навыками использования методов информационной работы компаний со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК- 4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является:

– ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области психологии массовой коммуникации, с приемами воздействия, закономерностями восприятия, основными механизмами привлечения внимания к медийному сообщению, исследованиями в области теории мотивации и потребностей;

Задачи учебной дисциплины:

– научить студентов анализировать рекламные, СО- и другие медийные сообщения с точки зрения психологии;

- научить студентов разбираться в когнитивном, потребностно-мотивационном и эмоциональном уровнях воздействия на массовую аудиторию и на индивидуального потребителя массовой информации;
- дать системное представление о психологии массовой коммуникации; теоретически обосновать необходимость получения психологических знаний специалистами в сфере массовых коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижений:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

формирование у студентов знаний и умений социологического анализа массовой коммуникации, как целостной системы, так и отдельных звеньев этой системы, выработка навыков использования прикладных методов изучения содержания массовой коммуникации, аудитории СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

-выработать у студентов понимание социокультурных основ массовой коммуникации гендерного контекста, неформальных коммуникаций как основ реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

-сформировать знания методологии прикладного исследования массовой коммуникации;

-выработать у студентов умения и навыки применения количественных методов исследования аудитории СМИ;

-выработать умения и навыки применения качественных методов исследования восприятия сообщений рекламы и связей с общественностью;

-выработать умения и навыки применения контент-анализа документов рекламы и связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм.

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.

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 систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах регулирования маркетинговой деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей.

Задачи: обобщить концептуальные теоретические подходы к регулированию рекламной / СО деятельности как составляющей регулирования экономики в целом; охарактеризовать взаимосвязи и взаимозависимость саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности; уточнить взаимосвязи регулирования рекламной / СО деятельности, конкурентных отношений и защиты прав потребителей; проанализировать опыт саморегулирования и государственного регулирования рекламной / СО деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта; установить принципы корректного соотношения методов государственного и саморегулирования рекламной / СО деятельности на современном этапе; на основе комплексного подхода исследовать взаимосвязь между регулированием рекламной / СО деятельности, антимонопольной, конкурентной политикой государства и защитой экономических прав потребителей; провести практический анализ положений, регулирующих рекламной / СО деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – сформировать целостное представление о процессе управления общественным мнением посредством методов и технологий связей с общественностью.

Основными задачами учебной дисциплины являются: изучение природы общественного мнения, его структуры и функций; исследование методов и технологий связей с

общественностью (СО), применяемых с целью формирования общественного мнения (ОМ); анализ эффективности способов формирования ОМ в СО; рассмотрение вопросов этичности применения методов, воздействующих на мнение большинства, манипулирование ОМ; развитие навыков стратегического планирования в СО, управления новостным потоком (проектный подход).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.28 Разработка рекламного продукта

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

– формирование комплексного представления о творческой стороне коммуникативной деятельности в процессе разработки рекламного продукта.

Задачи учебной дисциплины:

–ознакомить студентов с основными критериями творческой деятельности;

– дать представление о приемах творческого воплощения идеи;

– обучить основным методикам создания и оценки эффективных рекламных обращений;

– научить студентов создавать эффективные послания, применяя те или иные методы и приемы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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 совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

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.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: представление обучающимся общей характеристики профессиональной деятельности по связям с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- выяснить предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов;
- определить перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью на ближайшие годы;
- выяснить основные положения проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанного РАСО;
- выяснить объем понятий «профессиональные стандарты» и «этика»;
- установить границы понятий «связи с общественностью», «реклама» по отношению к понятиям «этика», «профессиональные стандарты»;
- продемонстрировать сущностную взаимосвязь этики и личностного поведения публичной персоны в связи с задачами паблик рилейнз и рекламы, в том числе в кризисной ситуации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.30 Риторика

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном языке коммуникативно приемлемые стили делового общения.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – в формировании коммуникативной компетенции и овладении оптимальной формой подготовленной речи, эффективно воздействующей на аудиторию в соответствии с поставленными задачами.

Задачи: познакомить студентов с основными понятиями риторики, необходимыми для практической работы; познакомить с различными видами выступлений, их жанровыми разновидностями; обучить анализировать свои и чужие публичные выступления с точки зрения вида, жанра, логики развития мысли, языковых и композиционных особенностей; дать сведения об основных способах речевого воздействия в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О. 31 Медиапланирование

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК–7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам 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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины — обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области медиапланирования.

Задачи: закрепить на практике основные виды формирования медиастратегий.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.32 Редактирование медиатекста

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной **целью** учебной дисциплины является формирование у студентов знаний, приемов анализа, оценки и редактирования рукописи, а также выработка практических навыков редакторской работы по литературной обработке рекламного и СО-текста.

Основные задачи дисциплины:

- обучение основным приемам анализа и оценки рукописи;
- обучение работе с композицией рукописи;
- обучение видам правки;
- обучение логическим основам работы с рукописью;
- обучение работе с фактическим материалом;
- обучение методике редактирования рукописи.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

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

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является подготовка студента к консультационной деятельности в сфере публичной коммуникации в соответствии с задачами связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с эволюцией взглядов на консультирование, технологиями социально-политического моделирования, методикой создания имиджа публичной персоны,
- выработать умение диагностировать проблемную ситуацию, смягчать и нейтрализовать имиджевые риски,
- определить место консультирования в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.О.34 Управление медиапроектами

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.5 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы.

УК - 2.6 Оценивает эффективность результатов проекта

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– формирование комплексного представления о творческой и менеджерской деятельности в процессе проектирования и реализации медиапроектов.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о месте проектов в системе медиарынка;
- ознакомить студентов с основными инструментами проектирования;
- обучить основным методикам создания и оценки эффективных медиапроектов;
- сформировать навыки управления медиапроектной работой; презентации и защиты медиапроекта.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.35 Основы военной подготовки

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

УК-8.5. Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управляет строями, применяет штатное стрелковое оружие; ведет общевойсковой бой в составе подразделения; выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения; пользуется топографическими картами; оказывает первую медицинскую помощь при ранениях и травмах; имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – научить студентов идентифицировать и анализировать опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляемой деятельности; изучить основные вопросы безопасности жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

Основными *задачами* учебной дисциплины являются: научить грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.36 Основы российской государственности

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 *Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.*

УК-5.4 Ориентируется в основных этапах развития истории и культуры России и ее достижениях, учитывает особенности российской цивилизации при взаимодействии с представителями различных культур, оценивая потенциальные вызовы и риски.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина «Основы российской государственности» относится к обязательной части Блока Б1.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цели изучения дисциплины:

- формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности;
- формирование духовно-нравственного и культурного фундамента личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической

организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью Родины.

Задачи учебной дисциплины:

- представить историю России в ее непрерывном цивилизационном измерении, отразить наиболее значимые особенности, принципы и константы;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и самостоятельности суждений об актуальном политико-культурном контексте;
- обозначить фундаментальные ценностные константы российской цивилизации (многообразие, суверенность, согласие, доверие, созидание), перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (стабильность, миссия, ответственность, справедливость);
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед российской цивилизацией и ее государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии перспективного развития;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие ее многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.01 Культурология

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.3. Понимает и квалифицированно интерпретирует межкультурное разнообразие общества, учитывает социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Познакомить слушателей с высшими достижениями человечества на всем протяжении длительного пути его исторического развития, выработать у них навыки самостоятельного анализа и оценки сложных и разнообразных явлений культурной жизни разных эпох, объективные ориентиры и ценностные критерии при изучении явлений и тенденций в развитии культуры современного типа.

Задачи курса:

- проследить становление и развитие понятий «культура» и «цивилизация»;
- рассмотреть взгляды общества на место и роль культуры в социальном процессе;
- дать представление о типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
- осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;
- проанализировать историко-культурный материал, исходя из принципов цивилизационного подхода;
- выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели дисциплины: изучение принципов формирования изображения на мониторе, особенностей растровой и векторной графики, формирование навыков презентации продукта и обработки графических данных.

Задачи дисциплины:

- изучение тонкостей презентации Microsoft Power Point;
- изучение редактора растровой графики Adobe Photoshop;
- изучение редактора векторной графики Adobe Illustrator;
- изучение программы верстки Adobe In Design.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.03 Основы права и противодействие противоправному поведению

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели круг задач, соответствующих требованиям правовых норм.

УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм.

УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.

УК-10/11 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.

УК-10.1/11.1 Соблюдает антикоррупционные стандарты поведения, выявляет коррупционные риски, противодействует коррупционному поведению в профессиональной деятельности.

УК-10.2/11.2 Поддерживает высокий уровень личной и правовой культуры, идентифицирует проявления экстремистской идеологии и противодействует им в профессиональной деятельности.

УК-10.3/11.3 Идентифицирует правонарушения террористической направленности, противодействует проявлениям терроризма в профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина «Основы права и противодействие противоправному поведению» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- повышение уровня правовой культуры обучающихся, получение основных теоретических знаний о государстве и праве и основных отраслях российского права, закрепление антикоррупционного мировоззрения и антикоррупционных стандартов поведения, ценностных ориентиров антиэкстремистского и антитеррористического содержания;
- изучение правовых институтов и методов правового регулирования общественных отношений для совершенствования существующего правового регулирования в России, усвоение обучающимися теоретических знаний о коррупции, как негативном социально-правовом явлении, негативной сущности и проявлениях экстремизма и терроризма, о разновидностях соответствующего противоправного поведения, ответственности за совершение коррупционных правонарушений, правонарушений экстремистской и террористической направленности;
- изучение основ отраслевого законодательства, а также антикоррупционного законодательства, законодательства о противодействии экстремизму и терроризму.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать у студентов основополагающие представления о теории государства и права, практике реализации законодательства, об основных отраслях права, правовых основах профессиональной деятельности;
- сформировать у обучающихся основополагающие представления о коррупции, о экстремистской идеологии, феномене терроризма, видах соответствующего противоправного поведения, ответственности за совершение коррупционных правонарушений, правонарушений экстремистской и террористической направленности;
- развить умения и навыки по применению норм права в профессиональной деятельности, а также по выявлению коррупционного поведения, коррупционных рисков, проявлений экстремистской идеологии, правонарушений террористической направленности, противодействия указанным видам противоправного поведения в профессиональной деятельности.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.04 Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель курса - формирование у студентов представления о специфике проведения маркетинговых исследований на этапе создания и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи курса:

- обеспечить необходимые теоретические и практические навыки маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- закрепить на практике основные виды исследовательской работы;

- освоить технологии необходимых для проектирования маркетингового исследования рынка, товара/услуги, конкурентов, целевой аудитории, коммуникационного аудита, а также составления карты пути клиента.

Форма промежуточной аттестации – зачёт с оценкой.

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-3.1 Определяет свою роль в команде, опираясь на знания индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды, а также психологических основ социального взаимодействия в группе

УК-3.2 Выбирает эффективные способы социального взаимодействия и распределения ролей в команде

УК-6.1.Оценивает свои личностные и временные ресурсы на основе самодиагностики

УК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, опираясь на навыки управления своим временем и принципы образования в течение всей жизни

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у обучающихся знаний систематизированных научных представлений о социально-психологических аспектах проблемы личности в современном обществе, а также о специфике задач и методов ее саморазвития

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение обучающимися различных социально-психологических трактовок проблемы личности, а также анализ разнообразных теорий ее социализации;
- ознакомление с проблемой саморазвития личности;
- усвоение студентами знаний, умений и навыков в области психологических основ взаимодействия личности и общества;
- расширение знаний и компетенций студентов по проблематике социального поведения, отношений, саморазвития, социализации и идентичности личности.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б1.В.06 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии делового общения

УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической и деловой коммуникации.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью преподаваемой дисциплины является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для эффективного межличностного и делового общения, для создания эффективного рекламного текста и эффективного функционирования массовой коммуникации.

В систему курса входят следующие **задачи**:

- ознакомить студентов с законами и правилами общения;
- научить студентов оценивать эффективность применения законов и правил общения в данной коммуникативной ситуации;
- научить студентов отбору приемов речевого воздействия, наиболее эффективных для конкретной коммуникативной ситуации;
- научить студентов отличать речевое воздействие от манипулирования в рекламе и связях с общественностью.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.07 Реклама в интернете

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Целями освоения учебной дисциплины являются: научить студентов создавать и размещать контекстную рекламу, основным методам рекламного продвижения в интернете, особенностям разработки маркетингового контента и управления рекламной кампанией в сети.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с азами рекламной деятельности в интернете, дать представление об особенностях различных видов маркетингового продвижения в интернете, познакомить с различными видами контента и способами его создания, методами таргетирования рекламы.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - сформировать у студентов целостное представление о назначении, формах, методах и технологиях СО в Интернете.

Задачи курса:

- систематизировать основные понятия, используемые в теории и практике связей с общественностью в интернете;
- познакомиться с основными принципами СО в интернете;
- получить практические навыки реализации СО-проектов и кампаний в интернете;
- получить навыки медиапланирования в сети;
- изучить основные мобильные приложения и программы, необходимые для осуществления СО-деятельности в интернете.

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов-коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о многообразии СО-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Жанровая типология СО-текстов»,
- формирование представления об основах жанровой типологии СО-текстов (терминологии, важнейших теоретических положений, методологии).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.10 Тексты в рекламе

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов-коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания рекламных сообщений и их воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о структуре рекламного текста и его признаках;
- систематизировать представление о жанровой структуре рекламного текста;
- выработать навыки анализа и конструирования различных жанров рекламного текста.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.11 Наружная реклама

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Целями освоения учебной дисциплины являются: сформировать целостное представление о форматах и стандартах наружной рекламы и способах осуществления рекламных кампаний в наружной сфере.

Задачами освоения учебной дисциплины являются:

- познакомить студентов с правовыми особенностями создания и размещения наружной рекламы;
- показать технологические особенности производства наружной рекламы;
- познакомить студентов с творческими особенностями разработки наружной рекламы;
- развить творческие способности учащихся;
- познакомить студентов с основными историческими вехами зарождения и развития наружной рекламы.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.12 Специальное событие

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о сущности планирования и проведения специальных событий.

Задачи:

- научить создавать и реализовывать концепции специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;
- выработать навыки продвижения специальных событий в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сформировать навыки применения специальных событий в разных сферах.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о процессе организации и проведения коммуникационной кампании.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов необходимых теоретических и практических навыков организации коммуникационных кампаний;

- формирование представлений об основных технологиях и современных концепциях проведения кампаний;

- овладение знаниями ключевых принципов и методов проведения коммуникационных кампаний.

Форма промежуточной аттестации – зачет, зачет с оценкой.

Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: сформировать у студентов целостное представление о сущности деятельности по связям с общественностью в сфере применения.

Задачи:

- дать представление об особенностях СО-деятельности в различных сферах применения;

- выявить специфику функционирования СО-специалиста в различных организационных отделах и структурах;

- сформировать навыки применения СО-коммуникаций в государственной, коммерческой и некоммерческой сферах.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.15 Технология производства в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, торговой марки, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура и т.д.);
- изучение технологий подготовки рекламного продукта в электронных СМИ – на радио, телевидении, в интернете.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составляющих;
- ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования;
- создать системное представление о принципах и технологий формирования торговых марок, их роли и предназначении в коммерческой и некоммерческой деятельности.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.16 Реклама в сфере применения

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является:

получение обучающимися общего представления об особенностях различных сфер применения и о специфике рекламной деятельности в конкретных сферах применения.

Задачи учебной дисциплины:

- понимать особенности рекламы в сфере применения, знать и уметь анализировать состояние и развитие рынка рекламы,
- владеть методами классификации рекламных средств,
- уметь организовывать рекламную деятельность на рынке товаров и услуг,
- знать особенности организации рекламных кампаний в разных сферах применения.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.17 Создание рекламного ролика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта:

ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Рекламный ролик представляет собой особый и самый распространенный формат телерекламы. Исключительность его в сочетании музыкального, изобразительного и драматургического построения. **Цель** изучения дисциплины – создание видеороликов разных форматов.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь редактировать видеоматериалы с использованием средств художественной выразительности, разрабатывать сценарий и на его основе осуществлять создание, предэфирную подготовку и выход в эфир различных продуктов телепроизводства, уметь руководить монтажом, участвовать в создании звукового оформления ролика. Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование навыков по созданию видеопродукта рекламного характера,
- владение базовыми режиссерскими приемами при создании видеопродукта с применением новейших технологий в сфере медиа;
- умение составлять сценарий, монтажный план.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.18 Брендинг

Общая трудоемкость дисциплины - 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование целостного представления о брендинге и получение навыков разработки отдельных элементов бренда.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: познакомить студентов с азами брендинга и бренд-менеджмента; сформировать четкое представление о сути брендинга, ребрендинга, кобрендинга и антибрендинга; познакомить с азами правового регулирования товарных знаков в РФ, познакомить студентов с работой брендинговых агентств: от разработки брифа до создания брендбука и гайдбука.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б1.В.19 Особенности языка рекламы

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной **целью** учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов воздействия на адресата; выработка необходимых знаний, умений и навыков применения языковых и стилистических норм и приемов при создании текстов рекламы; владение навыками литературного редактирования.

Основные **задачи** дисциплины:

- знакомство со стилевыми чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- формирование умений по языковому оформлению авторских рекламных текстов.
- выработка навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.20 Особенности языка связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з. е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижений:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной **целью** учебной дисциплины «Особенности языка связей с общественностью» является формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов, а также выработка необходимых умений, позволяющих создавать качественный PR-текст.

Основными **задачами** дисциплины являются: знакомство с основными чертами функциональных стилей, используемых в сфере PR- отношений, а также с особенностями PR-текстов разных жанров; анализ языковых ресурсов средств выразительности в языке текстов PR; формирование умений в области спичрайтинга (написания и произнесения PR-текстов); выработка навыков анализа, оценки и редактирования PR-текстов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.21 Организация работы отдела связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

– формирование целостного представления об отделе связей с общественностью, его роли и месте в организационной структуре компании, кадровом профиле отдела, задачах и особенностях функционирования.

Задачи учебной дисциплины:

– дать обучающимся рекомендации по изучению конкретных вопросов по организации и управлению отделом СО, помогающие в самостоятельном освоении дисциплины; ознакомить обучающихся с объемом требований, предъявляемых на зачете с оценкой;

– помочь обучающимся в использовании опубликованной литературы по проблемам, относящимся к дисциплине; ознакомить обучающихся с перечнем конкретных знаний и умений, которые должны быть приобретены в результате изучения учебной дисциплины.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.22 История рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-5.1. Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины – дать студентам четкое представление о роли рекламы и PR в жизни общества, их значении в развитии экономики, товарно-денежных отношений, политики и культуры. Курс охватывает историю развития общества от древнейших времен (Египет, Греция, Рим) до середины XX века, когда подъем рекламного дела и СО в послевоенной Европе и США коснулся и нашей страны.

Задачами учебной дисциплины являются:

-определить предмет проторекламы и рекламы, протопиар и пиар, обозначить их роль в развитии общества;

-дать анализ основных периодов развития рекламы и PR, обозначить их зависимость от развития экономики, техники и культуры;

-проанализировать основные жанры рекламы, показать логику их выбора на определенных этапах общественного развития;

-продемонстрировать связь экономической рекламы с современной художественной культурой и традиции художественной культуры прошлого в современной рекламе;

-подчеркнуть значение взаимодействия рекламы и СО для развития экономики и культуры общества.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.23 Организация работы отдела рекламы

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

— дать студентам знания в области менеджмента как искусства управления рекламной организацией и творческим процессом.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о специфике деятельности рекламистов в рекламном отделе организаций и предприятий,
- рассмотреть рекламную кампанию в коммуникационном, творческом и экономическом аспектах.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.24 Элективные курсы по физической культуре и спорту

Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-7.4 Осуществляет выбор вида спорта или системы физических упражнений для физического самосовершенствования, развития профессионально важных психофизических качеств и способностей в соответствии со своими индивидуальными способностями и будущей профессиональной деятельностью.

УК-7.5 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности.

УК-7.6 Приобретает личный опыт повышения двигательных и функциональных возможностей организма, обеспечивающий специальную физическую подготовленность в профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; знание биологических,

психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.

Форма промежуточной аттестации: зачет, зачет, зачет, зачет, зачет.

Б1.В.ДВ.01.01 Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является:

- формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных продуктов с применением игровых технологий.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий в сфере рекламы и связей с общественностью,

- формирование представлений о видах игровых технологий, применяемых при создании проекта в сфере рекламы и СО,

- философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление о лоббизме как институте политической системы, представляющем собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти с целью добиться принятия выгодных для них политических решений.

Основными задачами учебной дисциплины являются: определение сущности и ключевых особенностей лоббизма; рассмотрение разных теоретических подходов к лоббистской деятельности; знакомство с дефиницией и типологией групп интересов; подробный разбор основных субъектов и объектов лоббизма; изучение технологий лоббистской деятельности.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: изучение техники фотосъемки.

Задачи:

- освоение основных жанров фотографии и их использования в рекламе и PR;
- освоение технических и творческих приемов, используемых в фоторекламе, методов и технологий рекламной фотографии.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Визуализация проекта

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: определить роль и место визуального медиапроекта в системе СМИ.

Задачи дисциплины:

- выявить основные характеристики медиапроекта применительно к конкретным медиа;
- рассмотреть медиапроект как качественный коллективный журналистский продукт, предоставляющий аудитории уникальный контент авторских программ, репортажей и видеосюжетов.

- рассмотреть визуальные возможности медиапроекта как средство массовой коммуникации, которое представляет площадку для ведения диалога с аудиторией по наиболее актуальным проблемам современного общества.
- дать практические рекомендации бакалаврам по работе с данным видом проектов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.01 Тексты и документооборот

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью является:

- обеспечить формирование у студентов целостного представления о многообразии простых и комбинированных СО-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными понятиями раздела «Комбинированные СО-тексты»,
- формирование представления об основах подготовки комбинированных СО-текстов (терминологии, важнейших теоретических положениях, методологии).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.03.02 Этикет и имидж

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: выяснить взаимосвязь нравственного поведения и личностного имиджа публичной персоны, пути их гармоничного сопряжения и самосовершенствования личности профессионала в сфере связей с общественностью.

Задачи:

- выяснить объем понятий «этика» и «этикет»;
- установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этикет»;
- продемонстрировать сущностную взаимосвязь этикета и личностного имиджа публичной персоны в связи с задачами связей с общественностью и позиционированием в СМИ.

Форма промежуточной аттестации экзамен.

Б1.В.ДВ.04.01 Политическая реклама

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление о характере и формах политической рекламы, месте этого вида рекламы в массовой коммуникации.

Основные задачи учебной дисциплины: выделить место, занимаемое современной политической рекламой среди других разновидностей рекламы; описать историю становления политической рекламы, ее функциональное назначение; дать представление об институционализации политической рекламы в современной системе массовой коммуникации; проанализировать целевые аудиторные группы, тематический спектр, функциональное назначение политической рекламы; охарактеризовать предназначение и типичные формы политической рекламы; описать специфику законодательных норм, регулирующих указанные виды рекламы; проанализировать творческие особенности создания политической рекламы, эффективность воздействия на конечного потребителя при использовании традиционных и новых средств массовой коммуникации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.04.02 Выставочная деятельность

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК 1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

познакомить студентов с азами локальной и международной выставочной деятельности; сформировать представление об алгоритме организации и проведения выставок различного уровня, принципах выбора тематики и условиях участия в выставках; изучение типов и видов выставочных стендов, принципов формирования экспозиции; выявление корпоративных целей и задач участия в выставках, изучение приемов повышения эффективности выставок и ярмарок; познакомить с основами витринистики и музейного дела.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.05.01 Корпоративная культура

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины: Целью освоения учебной дисциплины является создание целостного представления об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность деятельности группы, влияние личности руководителя на успешность лидерства внутри организации, об основных принципах формирования и управления трудовыми коллективами и командами.

Задачи учебной дисциплины:

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;
- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;
- знакомство с методами диагностики и коррекции корпоративной культуры инструментами внутрикорпоративных СО;
- изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью;
- тренинг навыков исследования и формирования организационного поведения, организационных взаимоотношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.ДВ.05.02 Нейминг в массовой коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.ДВ.06.01 Принципы ведения переговоров

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК- 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 Выбирает на государственном и языке коммуникативно приемлемые стили делового общения.

УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества академической и деловой коммуникации на государственном языке.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – ознакомить студентов с особенностями делового общения в современных условиях и спецификой организации эффективного переговорного процесса, сформировать навыки ведения эффективных переговоров.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными видами споров; познакомить с основными условиями эффективного спора; ознакомить с правилами и приемами проведения переговоров в той или иной ситуации; дать сведения об основных способах воздействия на оппонента в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Б1.В.ДВ.06.02 Принципы устойчивого развития компании

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель курса - формирование у студентов представления о ESG-принципах и основных целях брендов в области устойчивого развития.

Задачи курса:

- обеспечить необходимые теоретические и практические навыки оценки показателей устойчивого развития компаний;
- рассмотреть мировую и отечественную практики продвижения компаний посредством ESG-технологий (экологических, социальных и правительственных инициатив);
- исследовать теоретико-методологические основы управления устойчивым развитием в российских компаниях на основе принципов КСО;

- освоить методики адаптации приоритетных направлений совершенствования управления устойчивым развитием компаний в долгосрочной перспективе к потребностям конкретного бизнеса.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.ДВ.06.03 Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-3.2 Выбирает эффективные способы организации социального взаимодействия и распределения ролей в команде

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина «Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности» относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цели изучения дисциплины:

освоение обучающимися ключевых понятий и базовых компонентов добровольческой (волонтерской) деятельности, их взаимодействия с НКО.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать основы понимания социальных, управленческих, педагогических аспектов добровольческой (волонтерской) деятельности и функционирования социально-ориентированными НКО в структуре российского гражданского общества;
- расширить теоретические и практические знания в области организации добровольческой (волонтерской) деятельности, а также эффективного взаимодействия с социально-ориентированными НКО;
- сформировать навыки самостоятельного решения профессиональных задач в области содействия развитию волонтерства.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Б1.В.ДВ.07.01 Политические технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление об использовании СМИ при реализации политических технологий.

Комплексный характер предмета данной дисциплины предполагает решение следующих **задач:**

- знакомство студентов с теоретическими и прикладными аспектами реализации политических технологий в СМИ;

- характеристика основных подходов в классификации политических технологий;
- анализ технологий подавления политических противников в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- рассмотрение особенностей использования СМИ для реализации политических технологий государственных структур и неправительственных организаций;
- развитие навыков самостоятельного политического мышления.

Форма промежуточной аттестации – зачёт с оценкой.

Б1.В.ДВ.07.02 Политический маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 (Дисциплины по выбору) рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины: целями освоения учебной дисциплины является создание представления о сфере формирования и развития политических предпочтений, программ, идей и средств воздействия на электорат в интересах как субъекта политического процесса, так и социальных групп, сформировать представление о современном российском политическом ландшафте как неоднородной динамической системе.

Задачи учебной дисциплины:

- анализ научных дефиниций в сфере политического маркетинга;
- выявление факторов влияния на политический рынок в РФ;
- конструирование структуры политического рынка в РФ;
- анализ политической рекламы в современной России.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

ФТД.01 Социальная реклама

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к факультативам рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с одним из специфических видов рекламы: социальной рекламой;
- формирование представлений о ее функциональном назначении, особенностях законодательного регулирования, каналах распространения;
- развитие практических навыков создания социальной рекламы с учетом характера целевой аудитории и творческой специфики.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.02 Инновационные технологии в связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к факультативам рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины — обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области инноваций в коммуникации.

Задачи: закрепить на практике основные виды формирования подходов к созданию инновационных подходов в области новых технологий в медиарилейшнз. «Инновационные технологии в связях с общественностью» – дисциплина, в которой определяется место и роль маркетинговых коммуникаций в маркетинговой деятельности современного предприятия, действующего в условиях глобальной конкурентной среды.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Аннотации программ учебной и производственной практик**Б2.В.01 (У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная)**

Общая трудоемкость практики 9 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

Место практики в структуре ОПОП: учебная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью учебной профессионально-ознакомительной практики является знакомство с работой служб, выполняющих функции публичной коммуникации в вузе или в сторонней организации, получение первоначального представления о рекламе и / или связях с общественностью как сферах профессиональной деятельности.

Задачами учебной профессионально-ознакомительной практики являются приобретение первоначальных навыков работы в рекламной структуре или структуре, выполняющей функции СО (агентстве, пресс-службе и т.п); приобретение исполнительских навыков при решении производственных задач менеджера по рекламе или СО.

Тип практики (ее наименование): учебная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

Б2.В.02 (П) Производственная практика (профессионально-творческая)

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами

Место практики в структуре ОПОП: профессионально-творческая практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью производственной профессионально-творческой практики является приобретение умений и навыков работы с внутренними и внешними целевыми аудиториями базы практики: сотрудниками, клиентами, партнерами, органами государственной власти, общественными, некоммерческими, образовательными, благотворительными организациями, организациями здравоохранения, коммерческими структурами, политическими партиями, СМИ и др.

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта коммуникационной деятельности во взаимодействии с внутренними и внешними целевыми аудиториями организации.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

Б2.В.03 (П) Производственная практика (проектная)

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Место практики в структуре ОПОП: проектная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока практик.

Целью производственной проектной практики является приобретение умений и навыков создания рекламного продукта в расчете на ожидания целевых аудиторий заказчика.

Задачами производственной практики является приобретение профессиональных умений и опыта творческой проектной деятельности с учетом целевых аудиторий организации.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

Разделы (этапы) практики: подготовительный, ознакомительно-деятельностный, финально-аналитический (подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и постановку целей и задач практики, ознакомительно-деятельностный включает знакомство со структурой, целями и задачами организации, выполнение заданий, финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике, формирование портфолио).

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

Б2.О.01 (Пд) Производственная практика (преддипломная)

Общая трудоемкость практики 6 з.е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

Место практики в структуре ОПОП: преддипломная практика является обязательной частью блока практик.

Целью производственной преддипломной практики является подготовка выпускной квалификационной работы.

Задачами производственной преддипломной практики является осмысление коммуникационной деятельности организации, формирование портфолио, подготовка выпускной квалификационной работы в соответствии с дипломным заданием.

Тип практики (ее наименование): производственная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретная, реализуется частично в форме практической подготовки.

Разделы практики: подготовительный, производственно-деятельностный, финально-аналитический. Подготовительный этап включает инструктаж по технике безопасности и целях, задачах практики. Производственно-деятельностный включает выполнение заданий организации, выполнение заданий. Финально-аналитический включает обработку и анализ полученной информации, подготовку отчета по практике в виде портфолио и текста выпускной квалификационной работы к защите в ходе итоговой государственной аттестации перед государственной экзаменационной комиссией.

Форма промежуточной аттестации - зачет с оценкой.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Профиль: *Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации*

(наименование профиля подготовки / специализации)

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

– универсальные компетенции:

Категори я компетен ций	Код	Формулиров ка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
УК	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	<u>Знать</u>: сущность и основные методы философского анализа явлений, базовые положения системного подхода, сущность проблемной ситуации в ее соотношении с понятиями «проблема», «задача», «противоречия», основы управления разрешением проблемных ситуаций <u>Уметь</u>: применять системный подход для решения поставленных задач, выявлять проблемные ситуации, определять пути и средства их разрешения <u>Владеть</u>: навыками критического анализа проблемной ситуации как системы, выявления ее составляющих и связей между ними, выбора путей и средств ее разрешения
			УК-1.2 Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, анализирует классические и современные философские	<u>Знать</u>: основное содержание философских понятий и категорий, этапы развития философии и ее направления, основные классические и современные философские концепции, базовые логические и научные методы (теоретические и эмпирические) исследования и философского осмысления мира, правила оценки надежности источников информации <u>Уметь</u>: анализировать классические и современные философские концепции с опорой на понятийно-категориальный аппарат и логико-методологический инструментарий философии, оценивать надежность источников информации,

¹ Заполняются в соответствии с рабочими программами дисциплин (модулей), практик (без учета элективных и факультативных дисциплин (модулей))

			концепции, определяет возможности их применения для решения профессиональных задач в своей предметной области	при решении исследовательских и практических задач критически оценивать полученную информацию <u>Владеть:</u> навыками использования логико-методологического инструментария в процессе философского осмысления мира, критического анализа и оценки надежности источников информации, в том числе философских концепций, определения возможностей применения положений классических и современных философских концепций для решения профессиональных задач в своей предметной области
	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели круг задач, соответствующих требованиям правовых норм. УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи с учетом возможных ограничений действующих правовых норм. УК-2.3 Решает конкретную задачу с учетом требований правовых норм.	<u>Знать:</u> основные нормативно-правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность; основы правового статуса государства и правового положения граждан и юридических лиц; основные правовые понятия и категории. <u>Уметь:</u> ориентироваться в системе нормативно-правовых актов; сопоставлять правовые нормы с видами профессиональной деятельности. <u>Владеть:</u> навыками выбирать варианты поведения в профессиональной деятельности в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов.
			УК-2.4 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и	<u>Знать:</u> основы менеджмента в массмедиа, типовые психологические и ментальные особенности сотрудников современных СМИ, конъюнктуру рынка; особенности организации и проведения информационных и маркетинговых кампаний; типовые цели коммуникационных кампаний и методы их достижения; принципы и методы планирования и организации специальных событий и мероприятий. <u>Уметь</u> грамотно формулировать цели и задачи кампаний, KPI; планировать, учитывая имеющиеся временные, человеческие и финансовые ресурсы; планировать и реализовывать программу коммуникаций, используя наиболее эффективные

		ограничений	методы управления общественным мнением с учётом целевой аудитории и сложившихся обстоятельств; создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <u>Владеть</u> навыками планирования, организации и проведения информационной, рекламной и СО кампании в СМИ; подготовки регламентирующих документов коммуникационных программ, а также оценки эффективности конкретных месседжей, риторических и контрриторических приёмов коммуникационных кампаний; навыками тактического планирования специальных событий и мероприятий
		УК-2.5 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы	<u>Знать</u>: методы управления проектом. <u>Уметь</u>: оценивать временные затраты участников команды для выполнения заданий, делегировать задачи, составлять график работ, отслеживать выполнение задач и оценивать их. <u>Владеть</u>: навыками формирования технических требований при создании информационного и программного продукта, создавать технические задания и планы работы для реализации проекта.
		УК-2.6 Оценивает эффективность результатов проекта	<u>Знать</u>: методы оценки эффективности коммуникационных кампаний; методы оценки эффективности проектов. <u>Уметь</u>: определять адекватный метод оценки эффективности коммуникационной кампании исходя из поставленных целей и задач; анализировать данные систем мониторинга проекта. <u>Владеть</u> навыками разработки инструментария исследований по изучению общественного мнения, навыками анализа параметров эффективности проектов
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, опираясь на знания индивидуально-психологических особенностей своих и членов команды, а также психологических основ социального взаимодействия в группе	<u>Знать</u>: понятийный аппарат, проблемы и феноменологию психологии личности, социальной психологии личности и группы, психологии саморазвития, области практического применения психологических знаний <u>Уметь</u>: применять психологические знания для анализа индивидуально-психологических особенностей личности своих и членов команды, динамики и стадий развития группы как команды, ролевого взаимодействия в ней, результативности реализации собственной роли в команде <u>Владеть</u>: навыками анализа индивидуально-психологических особенностей личности своих и членов команды, динамики и стадий развития группы как команды, ролевого взаимодействия в ней, способами определения своей роли в команде и оценки результативности ее реализации
		УК-3.2 Выбирает эффективные способы организации социального взаимодействия и распределения	<u>Знать</u>: способы организации межличностного взаимодействия и распределения ролей в команде, правила и стили внутригрупповой коммуникации, разрешения конфликтов <u>Уметь</u>: учитывать индивидуально-психологические особенности личности свои и членов команды при осуществлении межличностного взаимодействия и

		ролей в команде	внутригрупповой коммуникации; выбирать конструктивные стили социального взаимодействия в команде, в том числе в конфликтных ситуациях <u>Владеть:</u> навыками учета индивидуально-психологических особенностей личности свои и членов команды при осуществлении межличностного взаимодействия и внутригрупповой коммуникации; выбора конструктивных стилей социального взаимодействия в команде, в том числе в конфликтных ситуациях
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии делового общения	<u>Знать:</u> основные принципы и законы осуществления деловой коммуникации на государственном языке; различия в стилях речи иностранного языка (разговорный, нейтральный, официально-деловой). <u>Уметь:</u> оценить эффективность деловой коммуникации, выбрать стратегии для достижения коммуникативной цели на государственном языке РФ; оформлять речевое высказывание в соответствии с нормами стиля, определяемыми конкретной ситуацией иноязычного общения. <u>Владеть:</u> навыками коммуникации в устной и письменной формах речи на государственном языке; умениями вербального и невербального иноязычного общения в деловой (академической) сфере.
		УК-4.2 Использует знание норм современного русского языка в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке	<u>Знать:</u> происхождение и устройство современного русского языка; основные понятия языкознания; систему функциональных стилей; систему орфоэпических, орфографических и пунктуационных норм русского языка; систему лексико-фразеологических, словообразовательных, морфологических, синтаксических норм русского языка; <u>Уметь:</u> применять полученные знания на практике; находить, квалифицировать и исправлять ошибки в устной и письменной речи; <u>Владеть:</u> нормативной грамотностью, автоматизмом в применении языковых норм на практическом уровне; нормативной грамотностью, автоматизмом в применении языковых норм разных уровней; находить, квалифицировать и исправлять ошибки в устной и письменной коммуникации; практическими навыками применения норм устной и письменной речи при анализе и обработке медиатекстов с опорой на языковые и стилистические нормы в целях эффективной речевой/текстовой деятельности
		УК-4.3 Ведёт деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в	<u>Знать:</u> особенности официально-делового стиля современного русского литературного языка <u>Уметь:</u> использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; <u>Владеть:</u> практическими навыками ведения деловой переписки с учётом социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном языке

		формате корреспонденции на государственном языке	
		УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической и деловой коммуникации на государственном языке	<u>Знать</u>: приёмы эффективного воздействия в устной коммуникации академического и делового общения; <u>Уметь</u>: использовать полученные теоретические знания о принципах, законах и приёмах коммуникации для решения задач академического и делового общения; <u>Владеть</u>: приёмами создания эффективной коммуникации в академической и деловой сфере.
		УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативным и умениями в устной и письменной иноязычной речи	<u>Знать</u>: особенности устной и письменной иноязычной речи <u>Уметь</u>: оформлять речевое высказывание в соответствии с фонетическими, лексико-грамматическими и др. языковыми нормами <u>Владеть</u>: умениями осуществлять информационный поиск и использовать его результаты для решения конкретной коммуникативной задачи, строить монологические высказывания разных типов, поддерживать диалогическое взаимодействие на иностранном языке.
	УК-5 Способен воспринимать межкультурно е разнообразие общества в социально- историческом , этическом и философском контекстах	УК-5.1 Определяет специфические черты исторического наследия и социокультурные традиции различных социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятели) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования)	<u>Знать</u>: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; основные исторические этапы развития рекламы и пиар в России, США и Европе; иметь представление о жанрах и средствах коммуникации прошлого. <u>Уметь</u>: использовать полученные теоретические знания о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; выявлять закономерности в историческом развитии рекламы и связей с общественностью <u>Владеть</u>: знаниями о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками анализа различных исторических этапов развития рекламы и пиар, использования ретро-приемов в современном рекламном творчестве.
		УК-5.2 Учитывает при социальном и профессионально м	<u>Знать</u>: содержание учений, затрагивающих философские и этические аспекты мировоззрения различных социальных групп <u>Уметь</u>: выделять практические аспекты

			взаимодействии философские и этические аспекты мировоззрения различных социальных групп	философских и этических учений, определять актуальность их учета в социокультурном и профессиональном взаимодействии <u>Владеть:</u> навыками учета практических аспектов философских и этических учений в социокультурном и профессиональном взаимодействии
			УК-5.3 Понимает и квалифицированно интерпретирует межкультурное разнообразие общества, учитывает социокультурные особенности различных социальных групп (в том числе этнических и конфессиональных)	<u>Знать:</u> особенности культурных менталитетов разных народов <u>Уметь:</u> применять в процессе профессиональной деятельности культурологические знания <u>Владеть:</u> навыками применения культурологических знаний при организации межкультурного взаимодействия, учета особенностей культурных менталитетов разных народов
			УК-5.4 Ориентируется в основных этапах развития истории и культуры России и ее достижениях, учитывает особенности российской цивилизации при взаимодействии с представителями различных культур, оценивая потенциальные вызовы и риски	<u>Знать:</u> основные этапы развития истории и культуры России и ее достижения <u>Уметь:</u> учитывать особенности российской цивилизации при взаимодействии с представителями различных культур, оценивать потенциальные вызовы и риски <u>Владеть:</u> навыками учета особенностей российской цивилизации при взаимодействии с представителями различных культур, оценки потенциальных вызовов и рисков
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Оценивает свои личностные и временные ресурсы на основе самодиагностики		<u>Знать:</u> основы психологии саморазвития, саморегуляции и управления временем <u>Уметь:</u> осуществлять самодиагностику и выявлять свои личностные и временные ресурсы, критически оценивать эффективность использования времени и других личностных ресурсов относительно решения поставленных задач и полученного результата <u>Владеть:</u> навыками самодиагностики и оценки эффективности использования времени и других личностных ресурсов относительно решения поставленных задач и полученного результата
		УК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, опираясь на навыки управления своим временем и принципы образования в		<u>Знать:</u> основные инструменты построения траектории саморазвития, методы управления временем и его эффективного планирования, принципы образования в течение всей жизни и планирования своего профессионального роста <u>Уметь:</u> определять пути саморазвития и профессионального роста, использовать инструменты построения траектории саморазвития

			течение всей жизни	и образования в течение всей жизни с применением методов управления временем и его эффективного планирования <u>Владеть:</u> навыками определения путей саморазвития, использования инструментов построения траектории саморазвития и образования в течение всей жизни с применением методов управления временем и его эффективного планирования, приемов краткосрочного и долгосрочного планирования непрерывного образования профессионального роста, саморазвития
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности. УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	УК-7.5 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности. УК-7.6 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной	<u>Знать:</u> научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни <u>Уметь:</u> творчески использовать средства и методы физического воспитания для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности <u>Владеть:</u> средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры для успешной социальной и профессиональной деятельности
				<u>Знать:</u> методические основы физического воспитания, принципы здорового образа жизни и роль физической культуры в укреплении здоровья и приобретении устойчивости к значительным психическим и физическим нагрузкам <u>Уметь:</u> творчески использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа жизни <u>Владеть:</u> средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры для успешной социальной и профессиональной деятельности

			социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями	
	УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Идентифицирует и анализирует опасные и вредные факторы элементов среды обитания и в рамках осуществляемой деятельности; знает основные вопросы безопасности жизнедеятельности УК-8.2 Способен осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, социального (биолого-социального) происхождения; грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности УК-8.3 Готов принимать участие в оказании первой и экстренной	<u>Знать</u>: основные подходы к определению, изучению и пониманию содержания, роли и значения здоровья и здоровом образе жизни, способах обеспечения техносферной, информационной и психологической безопасности личности; государственной системе защиты населения и её правовых рамках; <u>Уметь</u>: выявлять важные компоненты обеспечения безопасности жизнедеятельности; формулировать требования, предъявляемые к безопасности общества и среды обучения (проживания) в большом городе; верифицировать полученную информацию и обрабатывать ее, комплексно оценивая проблемные ситуации или процессы, соблюдать адекватные нормы и правила безопасности при осуществлении последующей профессиональной деятельности; распознавать и оценивать опасные для жизни и общества ситуации и риски; <u>Владеть</u> (иметь навык(и)): развитие черт личности, необходимых для безопасного поведения, как в чрезвычайных ситуациях, так и повседневной жизни в большом городе; соблюдения здорового образа жизни; <u>Знать</u>: классификацию ЧС, основные правила безопасного поведения человека в чрезвычайных ситуациях природного, техногенного, социального и биолого-социального характера мирного и военного времени; <u>Уметь</u>: грамотно действовать при различных ЧС и использовать средства индивидуальной и коллективной защиты; <u>Владеть</u> (иметь навык(и)): развития черт личности, необходимых для безопасного поведения, как в чрезвычайных ситуациях, так и повседневной жизни в большом городе <u>Знать</u>: универсальный алгоритм оказания первой помощи, основные приемы и правила оказания первой помощи при неотложных состояниях; приемы экстренной допсихологической помощи;

		допсихологическо й помощи при травмах и неотложных состояниях, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций в мирное и военное время	<u>Уметь</u> : действовать и использовать средства индивидуальной и коллективной защиты; оценить состояние пораженных и очередность оказания помощи; <u>Владеть</u> : навыками самостоятельно применять меры помощи пострадавшим при неотложных состояниях в экстремальных ситуациях; правильно использовать табельные медицинские средства индивидуальной защиты; способностью участвовать в спасательных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций
		УК-8.4 Способен обеспечить безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты; выявить и устранить проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте	<u>Знать</u> : правила по охране труда, основы трудового законодательства РФ; основные подходы к определению, изучению и пониманию содержания, роли и значения безопасного поведения человека; <u>Уметь</u> : создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; соблюдать адекватные нормы и правила безопасности при осуществлении последующей профессиональной деятельности; использовать средства индивидуальной и коллективной защиты; <u>Владеть</u> : создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности: основными правилами и методами обеспечения техники безопасности.
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики	<u>Знать</u> : базовые экономические понятия: экономические ресурсы, товары и услуги, спрос, предложение, доходы, расходы, цена, деньги, прибыль, процент, риск, собственность, рынок, фирма, домохозяйство, государство, налоги, трансферы, инфляция, валовой внутренний продукт, экономический рост, сбережения, инвестиции и др.); базовые принципы функционирования экономики (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени и др.); предпосылки поведения экономических агентов: теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты, эвристики, и систематические ошибки, с ними связанные). <u>Уметь</u> : воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере личных финансов.
		УК-9.2 Понимает основные виды государственной социально-экономической политики и их влияние на индивида	<u>Знать</u> : цели, задачи, инструменты и эффекты экономической политики государства, понятие и факторы экономического роста; базовые принципы и инструменты бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, антимонопольной, конкурентной, социальной, пенсионной политики государства, осознает ее влияние на индивида (права, обязанности, риски, влияние на доходы и расходы); <u>Уметь</u> : пользоваться налоговыми и социальными льготами, формировать личные пенсионные накопления.
		УК-9.3 Использует	<u>Знать</u> : основные финансовые институты (Банк

		финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)	России, Агентство по страхованию вкладов, Пенсионный фонд России, коммерческий банк, страховая организация, брокер, биржа, негосударственный пенсионный фонд, паевой инвестиционный фонд, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард, и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними; основные инструменты управления личными финансами (банковский вклад, кредит (заём), ценные бумаги, инвестиционные фонды, драгоценности, недвижимость, валюта), способы определения их доходности, надежности, ликвидности, влияние на доходы и расходы индивида; источники информации об инструментах управления личными финансами, правах и обязанностях потребителя финансовых услуг; о существовании недобросовестных практик на рынке финансовых услуг (мошенничество, обман и др.) и способах защиты от них. <u>Уметь</u>: пользоваться основными расчётными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности
		УК-9.4Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей	<u>Знать</u>: основные виды личных доходов (оплата труда, доходы от предпринимательской деятельности, от собственности, владения финансовыми инструментами, заимствования, наследство и др.), механизмы их получения и увеличения; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета. <u>Уметь</u>: решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла индивида (выбрать товар или услугу с учетом реальных финансовых возможностей, найти работу и согласовать с работодателем условия контракта, рассчитать процентные ставки, определить целесообразность взятия кредита, определить способ хранения или инвестирования временно свободных денежных средств, определить целесообразность страхования и др.); вести личный бюджет, используя существующие программные продукты.
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной	УК-10.1 Соблюдает антикоррупционные стандарты поведения, выявляет коррупционные риски, противодействует коррупционному поведению в профессиональной деятельности УК-10.2	<u>Знать</u>: понятие коррупции, признаки и виды коррупционного поведения; требования антикоррупционного законодательства. <u>Уметь</u>: выявлять и оценивать коррупционное поведение, коррупционные риски в профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с требованиями антикоррупционного законодательства. <u>Владеть</u>: навыками по пресечению коррупционного поведения в профессиональной деятельности в соответствии с требованиями антикоррупционного законодательства.

		деятельности	Поддерживает высокий уровень личной и правовой культуры, идентифицирует проявления экстремистской идеологии и противодействует им в профессиональной деятельности УК-10.3 Идентифицирует правонарушения террористической направленности, противодействует проявлениям терроризма в профессиональной деятельности	

– общепрофессиональные компетенции:

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
ОПК	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<u>Знать</u> : отличительные особенности медиатекстов; специфику функционирования медиатекстов в различных областях коммуникационной деятельности; <u>Уметь</u> : анализировать сообщения разных медиасегментов и платформ; создавать журналистские тексты различных жанров и форматов; <u>Владеть</u> : профессиональной терминологией, навыками создания журналистских текстов различных жанров и форматов; навыками структурного анализа рекламного продукта.
			ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<u>Знать</u> : классификацию текстовых ошибок, а также особенности работы редактора с языком и стилем рекламного медиатекста и PR-текста; лексико-фразеологические, словообразовательные, морфологические, синтаксические нормы современного русского языка; орфоэпические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского языка; основы работы редактора над языком и стилем медиатекстов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка; отличительные особенности медиатекстов; принципы и методы создания текстов рекламы; различия в форматах и нормах, предъявляемых к созданию текстов в профессиональной сфере общения; <u>Уметь</u> : использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; оформлять письменное речевое высказывание в соответствии с нормами, определяемыми ситуацией профессионального иноязычного

				общения;__применять полученные знания на практике при создании медиатекстов; создавать журналистские тексты различных жанров и форматов; создавать и редактировать рекламные тексты; <u>Владеть</u>: профессиональной терминологией, навыками создания журналистских текстов различных жанров и форматов; навыками в применении языковых норм современного русского языка при создании медиапродуктов в устной и письменной коммуникации; навыками письменного иноязычного общения в профессиональной сфере; навыками создания текстов рекламы, литературного редактирования, копирайтинга; практическими навыками работы по исправлению речевых и стилистических ошибок в медиатекстах с опорой на лексические, словообразовательные, грамматические, стилистические нормы современного русского языка; приемами анализа и оценки языка и стиля медиатекстов различных форматов и жанров; навыками работы (правки) с языком и стилем медиатекста.
ОПК	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<u>Знать</u>: общественные и государственные институты, механизмы их функционирования и тенденции развития; о рекламе как социальном институте и составляющей интегрированной маркетинговой коммуникации; о рекламных профессиях, о специфике работы рекламных агентств, работе в команде рекламопроизводителей; о функциях и видах рекламы; преимущества и недостатки различных средств рекламы; составляющие и функциональное назначение фирменного стиля; особенности политического развития России, специфику взаимодействия общества и власти; сущность и функции основных политических институтов (государственных и общественных); мировоззренческие и философские проблемы; технологию создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; <u>Уметь</u> определять механизмы функционирования общественных и государственных институтов и тенденций их развития; выявлять особенности и тенденции развития общественных и государственных институтов и учитывать их при создании медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; использовать политологические знания в профессиональной деятельности для решения социально-политических и практических задач; использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; <u>Владеть</u>: осуществлять подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с функционирующей системой общественных и государственных институтов и тенденциями их развития; навыками определения механизмов функционирования общественных и государственных институтов и тенденций их развития; навыками применения теоретических

				знаний в профессиональной деятельности; начальными навыками рекламного менеджмента
			ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<u>Знать</u> основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; основные виды, каналы и функции рекламной коммуникации; технологию создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; <u>Уметь</u> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; выявлять особенности и тенденции развития общественных и государственных институтов и учитывать их при создании медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; использовать свои знания при анализе рекламных текстов; <u>Владеть</u>: осуществлять подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с функционирующей системой общественных и государственных институтов и тенденциями их развития; навыками создания текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; навыками разработки составляющих рекламного текста: заголовка, слогана, основного блока
ОПК	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<u>Знать</u>: закономерности и этапы развития русской и зарубежной литературы; наиболее значительные явления историко-литературного процесса; основы истории отечественного и мирового искусства; <u>Уметь</u>: анализировать художественный текст в единстве формы и содержания; определять идейно-эстетическую сущность произведений; рассматривать художественное произведение в культурном контексте эпохи; логично представлять освоенное знание, демонстрировать понимание системных взаимосвязей внутри дисциплины и междисциплинарных отношений внутри науки; применять искусствоведческие знания в практической деятельности; <u>Владеть</u>: навыками аналитического чтения художественного текста, систематизации знаний по дисциплине, критической оценки литературных явлений; навыками выявления традиций, выработанных русской и зарубежной литературой в процессе ее исторического развития; навыками оценки и анализа художественных процессов.
			ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов	<u>Знать</u>: основные приёмы и технологии достижения художественной образности; основы психологии массовой коммуникации; <u>Уметь</u>: использовать полученные теоретические знания психологии массовой коммуникации в практической деятельности; применять искусствоведческое знание в практической работе; <u>Владеть</u>: навыками грамотного выбора наиболее целесообразных и перспективных психологических приемов при анализе

			рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	медиапродукта; навыками анализа современных медиатекстов с точки зрения психологии воздействия и восприятия, мотивационных теорий и психологии эмоций; навыками отбора, оценки и сравнения художественных традиций в процессе создания коммуникационных продуктов
ОПК	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности и	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<u>Знать</u>: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью; правила проведения маркетинговых и социологических исследований в сфере ИМК; закономерности и особенности изучения общественного мнения, социокультурные основы массовой коммуникации и гендерный контекст, специфику использования неформальных коммуникаций; основы структурирования аудитории в зависимости от удовлетворяемых потребностей; <u>Уметь</u>: анализировать полученные данные социологических исследований; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; сопоставлять данные социологических и маркетинговых исследований с запросами аудитории и отдельных целевых групп; <u>Владеть</u>: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с запросами и потребностями аудитории и отдельных целевых групп; навыками использования прикладных методов изучения целевой аудитории, особенностей восприятия сообщений потребителями информации; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; типами сообщений и инструментами интегрированных коммуникаций
			ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<u>Знать</u>: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью; правила проведения маркетинговых и социологических исследований в сфере ИМК; методологию социологического исследования проблем рекламы и связей с общественностью для разработки инструментов поиска информации; о процессах и механизмах отражения психологических явлений и феноменов в контенте массмедиа; основные принципы структурирования аудитории в зависимости от удовлетворяемых потребностей; <u>Уметь</u>: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; использовать методику и технику социологических исследований; использовать свои знания при анализе текстов массмедиа с учётом психологии массовой коммуникации; применять данные социологических и маркетинговых исследований для выявления узких потребностей отдельных целевых групп; сопоставлять данные социологических и маркетинговых исследований с запросами

				аудитории и отдельных целевых групп; <u>Владеть</u>: навыками разработки инструментария прикладного исследования для реализации коммуникационных проектов по рекламе и связям с общественностью; навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с запросами и потребностями аудитории и отдельных целевых групп; навыками адаптации текстов рекламы и связей с общественностью к запросам и потребностями отдельных целевых групп; навыками использования целесообразных и перспективных психологических приемов в процессе создания медиапродукта; навыками анализа современных медиатекстов с точки зрения психологии воздействия и восприятия, мотивационных теорий и психологии эмоций; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; типами сообщений и инструментами интегрированных коммуникаций
ОПК	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных 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 систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<u>Знать</u>: ключевые моменты истории возникновения и развития журналистики, массово-информационный характер журналистской деятельности, функции журналистики, смысл и соотношение свободы и социальной ответственности в журналистике с политико-правовой, экономической и этической точек зрения, особенности журналистики как социального института и её взаимодействия с другими институтами общества, специфику СМИ разных видов; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; специальные нормативные правовые акты, регулирующие конкурентные отношения и защищающие экономических права агентов рынка; <u>Уметь</u>: выполнять функционал по развитию разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; использовать полученные теоретические знания о специальных нормативных правовых актах, регулирующих конкурентные отношения как системе в практической деятельности; применять теоретические положения к анализу журналистской практики; <u>Владеть</u>: профессиональной терминологией; навыками определения фактов нарушения специальных норм, регулирующих конкурентные отношения (на практическом уровне); навыками регулирования развития разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
			ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом	<u>Знать</u> механизмы функционирования различных медиакommunikационных систем; ключевые моменты истории возникновения и развития журналистики, массово-информационный характер журналистской деятельности, функции журналистики, смысл и соотношение свободы и социальной ответственности в журналистике с политико-правовой, экономической и этической точек зрения, особенности журналистики как

			специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	социального института и её взаимодействия с другими институтами общества, специфику СМИ разных видов; социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий; специальные нормативные правовые акты, регулирующие конкурентные отношения и защищающие экономические права агентов рынка; специфику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <u>Уметь</u> осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретных медиакоммуникационных систем; выполнять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; выстраивать эффективную коммуникацию с представителями различных социальных групп; использовать полученные теоретические знания о специальных нормативных правовых актах, регулирующих конкурентные отношения как системе в практической деятельности; применять теоретические положения к анализу журналистской практики; <u>Владеть</u>: навыками учета социокультурных различий в процессе коммуникации; профессиональной терминологией; навыками менеджмента в медиакоммуникационных системах региона, страны или мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; навыками определения фактов нарушения специальных норм, регулирующих конкурентные отношения (на практическом уровне); навыками профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК	ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Осуществляет поиск, сбор, хранение, обработку информации при решении задач профессиональной деятельности ОПК-6.2 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<u>Знать</u>: устройство компьютерных сетей, особенности главных веб-сервисов, правила безопасной работы в сети; <u>Уметь</u>: искать, собирать, хранить и обрабатывать информацию с помощью современных сетевых технологий; <u>Владеть</u>: навыками использования поисковых систем, баз данных, облачных хранилищ и редакторов. <u>Знать</u>: задачи и функции медиадизайна; основные термины (информация, интернет, веб и др.); устройство компьютера и правила безопасности; <u>Уметь</u>: пользоваться современной техникой, применяемой в ходе выпуска медиaproдукции; производить подключение/замену основных модулей компьютера, подбирать и устанавливать необходимое программное обеспечение; <u>Владеть</u>: навыками подбора комплектующих аппаратного и программного обеспечения средств

				вычислительной техники; профессиональной терминологией; навыками анализа
			ОПК-6.3 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<u>Знать</u> : принципы и современные тенденции медиадизайна; принципы хранения и обработки текстовой и графической информации, организации данных в компьютерных сетях; <u>Уметь</u> : осуществлять продуктивный поиск информации с помощью поисковых систем и баз данных; редактировать медиатексты с применением корректурных знаков; делать макеты печатных полос; давать характеристику современным тенденциям медиадизайна; <u>Владеть</u> : навыками работы в прикладных программах (браузер, редакторы текста, таблиц); приемами макетирования печатных полос.
ОПК	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	<u>Знать</u> : принципы социальной ответственности и последствия профессиональной деятельности; смысл и соотношение свободы и социальной ответственности в журналистике с политико-правовой, экономической и этической точек зрения; <u>Уметь</u> : определять последствия профессиональной деятельности; применять теоретические положения к анализу журналистской практики; <u>Владеть</u> : профессиональной терминологией; навыками профессиональной деятельности.
			ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	<u>Знать</u> специфику подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; смысл и соотношение свободы и социальной ответственности в журналистике с политико-правовой, экономической и этической точек зрения; специфику отбора информации; <u>Уметь</u> под контролем готовить, выпускать, производить и распространять рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; выявлять особенности отбора информации, профессиональных средств и приемов связей с общественностью; применять теоретические положения к анализу журналистской практики; <u>Владеть</u> : профессиональной терминологией; навыками под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; навыками отбора информации.

– профессиональные компетенции:

Тип задач профессиональной деятельности	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
ПК	ПК-1	Способен участвовать в	ПК-1.1 Реализует типовые	<u>Знать</u> основы проведения исследования и анализа рыночной среды; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с

		реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	общественность; <u>Уметь</u> реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в коммуникационной среде; <u>Владеть</u> навыками принятия оперативных и релевантных в конкурентной среде управленческих решений; навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
			ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<u>Знать</u> основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; основные виды и элементы проектов; принципы формирования структуры отдела рекламы для эффективной реализации коммуникационной стратегии; <u>Уметь</u> готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; разрабатывать основные документы проекта; формировать систему эффективных внутренних коммуникаций; <u>Владеть</u> навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; навыками создания внутренних и внешних документов, сопровождающих проекты в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками формирования технических требований к работе творческого коллектива, демонстрирует способность создавать технические задания и планы работы для реализации проекта;
			ПК-1.3 Использует результаты исследований - для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<u>Знать</u> принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; основные структурные элементы и этапы создания коммуникационного продукта; специфику исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; <u>Уметь</u> использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать и применять результаты исследований для целеполагания, определения стратегии и тактики коммуникационных кампаний; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; <u>Владеть</u> навыками планирования рекламных и PR-кампаний при создании коммуникационного продукта; навыками разработки концепций и планов рекламных и PR-кампаний при создании коммуникационного продукта; навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
			ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в	<u>Знать</u> основные онлайн рекламные и СО-инструменты для создания коммуникационных продуктов; понятие технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности; психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы; базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы; особенности

			том числе Интернет-технологий)	формирования и функционирования технологий связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни; частные аспекты использования технологий связей с общественностью и рекламы в отрасли; принципы графического дизайна, принципы растровой и векторной графики, цветовые модели; специфику создания рекламного аудио-и видеопроизведения различной степени сложности; <u>Уметь</u> формировать благоприятную коммуникационную среду используя онлайн инструменты (в т.ч. Интернет-технологии); задействовать технологии связей с общественностью и рекламы для решения профессиональных задач; применять в рамках технологий связей с общественностью и рекламы психологические механизмы влияния на потребителя информации; использовать базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы; осуществлять рациональный выбор технологий связей с общественностью и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства; определять целевые аудитории; на основе исследований формулировать коммуникационные проблемы организации (проекта); осуществлять рекламные, информационные, пропагандистские кампании и мероприятия; осуществлять контроль и корректировку проектов; подбирать изображения, шрифты, цвета, кадрировать, поворачивать фотографии, менять их размер, проводить цветокоррекцию и различные манипуляции с отдельными частями изображения; углубленно понимать рекламные функции в аудио/видеопроизведении, профессиональные стандарты его создания; <u>Владеть</u> приемами и инструментами онлайн-коммуникаций; навыками подготовки цифрового и печатного оригинал-макета, навыками работы в прикладных программах пакета Adobe Creative Cloud (Photoshop, Illustrator, InDesign) или с альтернативным ПО (GIMP, Inkscape, Scribus); навыками создания рекламного аудио- и видеопроизведения различной степени сложности с использованием современных технологий
ПК	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов-коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<u>Знать</u> принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; принципы и методы осуществления подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, с учетом специфики каналов коммуникации; специфику создания рекламного аудио-и видеопроизведения различной степени сложности; <u>Уметь</u> создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и

				графические, рабочие и презентационные материалы; создавать и редактировать рекламные тексты; углубленно понимать рекламные функции в аудио/видеопроизведении, профессиональные стандарты его создания; <u>Владеть</u> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; навыками подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта; навыками создания рекламного аудио- и видеопроизведения различной степени сложности с использованием современных технологий; навыками литературного редактирования, копирайтинга.
			ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<u>Знать</u>: специфику функционирования медиатекстов в различных областях коммуникационной деятельности.; <u>Уметь</u>: анализировать сообщения разных медиасегментов и платформ; <u>Владеть</u>: навыками структурного анализа рекламного продукта.
			ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<u>Знать</u>: принципы и методы планирования и организации специальных событий и мероприятий; <u>Уметь</u>: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий.; <u>Владеть</u>: навыками сценарного планирования.
			ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами	<u>Знать</u>: теорию редактирования медиатекста. принципы и методы осуществления подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции; особенности языка рекламы; жанрово-стилистические особенности основных текстов связей с общественностью; особенности композиции текстов разных жанров. <u>Уметь</u>: использовать полученные теоретические знания на практике; под контролем осуществлять подготовку к выпуску текстовой рекламной продукции; проводить анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения; оценивать композицию текста; проверять соответствие рекламного сообщения языковым нормам, стандартам и форматам ; давать языковую и стилистическую оценку рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков; создавать и редактировать тексты определенных жанров PR, пользуясь знанием их композиции и стиля в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами <u>Владеть</u>: приемами анализа и оценки медиатекстов различных форматов и жанров;

				навыками работы с композицией медиатекста, с логико-смысловой организацией медиатекста, с фактической основой медиатекста, с языком и стилем медиатекста – с учетом технологических требований разных типов СМИ и других медиа; навыками создания текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов; по языковому оформлению и литературному редактированию рекламных текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами навыками литературного редактирования при оценке устных и письменных текстов PR в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами.
ПК	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)реализации коммуникационного продукта	<u>Знать</u>: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью; правила проведения маркетинговых и социологических исследований в сфере ИМК.; теоретические и практические основы брендинга, методы планирования, производства (разработки) и продвижения брендов с помощью маркетинговых инструментов; технологию поиска и анализа необходимой информации, количественные и качественные методы анализа; <u>Уметь</u>: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; осуществлять маркетинговые исследования и социологические опросы; применять теоретические знания на практике: использовать инструменты маркетинга в брендинге товаров и услуг; находить примеры и образцы проведения брендинговых, ребрендинговых и др. кампаний; изучать целевую аудиторию бренда; <u>Владеть</u>: навыками анализа вторичной и первичной информации, обобщения статистической информации и формулировки на их основе рекомендаций по созданию коммуникационных стратегий; навыками планирования кампаний и мероприятий по продвижению бренда или формированию бренд-лояльности, а также реализации антикризисной кампании; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; инструментами интегрированных коммуникаций
			ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<u>Знать</u>: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью; правила проведения маркетинговых и социологических исследований в сфере ИМК.; технологию поиска и анализа необходимой информации, количественные и качественные методы анализа; <u>Уметь</u>: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; осуществлять маркетинговые исследования и социологические опросы; <u>Владеть</u>: навыками анализа вторичной и

				первичной информации, обобщения статистической информации и формулировки на их основе рекомендаций по созданию коммуникационных стратегий; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; типами сообщений и инструментами интегрированных коммуникаций.
			ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	<u>Знать</u>: технологию поиска и анализа необходимой информации, количественные и качественные методы анализа; <u>Уметь</u>: осуществлять маркетинговые исследования и социологические опросы; <u>Владеть</u>: навыками анализа вторичной и первичной информации, обобщения статистической информации и формулировки на их основе рекомендаций по созданию коммуникационных стратегий.

В Приложении 10.1 приведен календарный график освоения элементов образовательной программы, в Приложении 10.2 – календарный график формирования компетенций.

На основе рабочих программ (фондов оценочных средств) дисциплин (модулей), практик, ГИА (ИА) образовательной программы сформированы комплексы заданий (включающие тестовые задания, ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы для оценки сформированности компетенций у обучающегося. Задания фонда оценочных средств по образовательной программе размещены на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=23745>.

Универсальная компетенция УК-1

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.01 Философия (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Совокупность методологических подходов к проблемам теоретической и практической философии, рассуждений о природе языка философии и его отношения к миру и человеку, состоящая в расчленении исследуемого явления на части –

а) философский синтез

б) философский анализ

в) исторический метод

г) логический метод

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках системного подхода синтез представляет собой

- а) процесс сбора и интерпретации фактов, выявления проблемы и разложения системы на ее компоненты
- б) соединение различных частей рассматриваемого сложного объекта в целостное образование**
- в) процесс восприятия предметов и явлений с целью их познания
- г) процесс воздействия на реальный объект или его изучение в заданных условиях

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Какую функцию выполняет анализ проблемной ситуации с точки зрения системного подхода?

- а) определяет цели и задачи системного анализа, методы принятия решений**
- б) ставит исследователя в тупик
- в) позволяет отказаться от имеющихся методов исследования
- г) ведет к смене научной парадигмы

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Принцип всеобщей связи и развития в системном подходе ...

- а) позволяет реализовать взаимосвязь философских положений и методов конкретных наук**
- б) позволяет поставить вопрос о смысле существования
- в) предполагает дифференциацию философских направлений
- г) не имеет применения в системном подходе

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Принцип иерархии в системном подходе направлен на ...

- а) установление порядка подчинения нижестоящих элементов и свойств вышестоящим по строго определенным ступеням и переход от низшего уровня к высшему**
- б) исследование объекта как единого целого
- в) исследование объекта как части более крупной системы, в которой анализируемый объект находится с остальными системами в определенных отношениях
- г) оценку количественные характеристики объектов

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках системного подхода исследуемый объект рассматривается как ...

- а) целое независимо от изучаемого аспекта объекта и с учетом выявления внутренних закономерностей развития объекта**
- б) одна из частей, обладающая своими уникальными характеристиками
- в) анализируются частные проблемы в познании объекта
- г) исследуется только лишь механизм функционирования объекта без выявления закономерностей его развития

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется интеллектуальное затруднение, возникающее в ситуации неопределенности, когда человек не знает, как объяснить данное явление, факт, процесс действительности, не может достичь цель известным ему способом, что побуждает искать новый способ объяснения или способ действия?

- а) проблемная ситуация**
- б) пограничная ситуация
- в) противоречие
- г) тупик

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках системного подхода анализ представляет собой

а) процесс сбора и интерпретации фактов, выявления проблемы и разложения системы на ее компоненты

б) соединение различных частей рассматриваемого сложного объекта в целостное образование

в) процесс восприятия предметов и явлений с целью их познания

г) процесс воздействия на реальный объект или его изучение в заданных условиях

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется способ решения практических и теоретически задач, основанный на мысленном отвлечении от несущественных свойств изучаемого предмета и выделении одной или нескольких существенных характеристик?

а) аналогия

б) моделирование

в) абстрагирование

г) исторический метод

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Какой вид познания основан на житейском опыте?

а) абстрактный

б) теоретический

в) обыденный

г) научный

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Определенная целевая установка в решении научно-исследовательской проблемы – это

а) познавательная задача

б) познавательная проблема

в) метод решения

г) метод исследования

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Что заставляет исследователя прийти в познавательном процессе к постановке новых проблем и задач?

а) противоречия в познании

б) успех

в) техника

г) неудачи

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Мысленное решение задачи в особо трудной ситуации, когда нет твердой уверенности в положительном исходе, но есть некоторая надежда на успех, – это

а) риск

б) предположение

в) неопределенность

г) сложное решение

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Что в системе познавательной деятельности является субъектом познания?

а) человек

б) материальные процессы

в) духовные процессы

г) природа

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Какая форма в системе теоретического познания выполняет функцию предположения?

- а) гипотеза**
- б) парадигма
- в) проблема
- г) теория

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Абсолютная истина – это

- а) полное, завершённое знание об объекте познания**
- б) знание на данном конкретно-историческом этапе общественного развития
- в) знание в пределах одной научно-исследовательской парадигмы
- г) неполное знание

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Осознание человеком своей деятельности, мыслей, чувств, потребностей – это

- а) самосознание**
- б) мировоззрение
- в) миропонимание
- г) бессознательное

ЗАДАНИЕ 18. Выберите пример, иллюстрирующий действие закона перехода количественных изменений в качественные:

- а) социальная революция и переход к новой общественно-экономической формации
- б) упавшая в землю семечка прорастает и даёт жизнь дереву
- в) смена поколений
- г) нагревание воды приводит к её кипению и переходу в парообразное состояние**

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется сфера духовной жизни общества, основанная на вере в сверхъестественное?

- а) мораль
- б) право
- в) духовность
- г) религия**

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

В чём выражается самодостаточность общества как системы?

- а) в способности к созданию всего необходимого для своего существования**
- б) в исключении из своей системы человека
- в) в неизменности свойств на протяжении всего времени его существования
- г) в статичности общества

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Какую подсистему не включает общество как система?

- а) социальную
- б) политическую
- в) духовную
- г) эстетическую**

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

В системе отношения человека и природы периодом господства природы над человеком является

- а) мифологическая модель**
- б) научно-техническая модель
- в) гуманистическая модель
- г) информационная модель

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Какое отношение характерно для эпохи ноосферы?

- а) коэволюция человека и биосферы**
- б) подчинение человека природе
- в) независимость человека от природы
- г) господство человека над природой

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Исходным отношением в системе познавательной деятельности является

- а) оппозиция субъекта и объекта в процессе познания**
- б) зависимость субъекта от объекта познания
- в) невозможность для субъекта выделить объект
- г) познание объектом субъекта

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется метод генерирования нового знания, основанный на движении мысли от частного к частному, при котором учитывается сходство объектов в некоторых признаках?

- а) дедукция
- б) аналогия**
- в) индукция
- г) анализ

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется метод исследования, основанный на мыслительном акте, приводящем к созданию идеальных объектов, не существующих в опыте и в действительности, однако необходимых для понимания сущности изучаемого объекта?

- а) идеализация**
- б) исторический метод
- в) аналогия
- г) дедукция

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках какого направления в гносеологии отрицается принципиальная возможность познания мира?

- а) агностицизм**
- б) скептицизм
- в) оптимизм
- г) гносеология

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Чем по своим функциям в процессе познания является практика?

- а) критерием истины**
- б) заменой мышления
- в) способом бытия

г) способностью абстрагироваться от теоретического познания

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

В каком случае информацию можно считать полной?

- а) если информация достаточна для понимания и принятия решения**
- б) если информация не решает познавательную неопределенность
- в) если информация избыточна
- г) если информация по данной теме отсутствует

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Поскольку истина – это свойство знания, она

- а) субъективна и зависит от человека**
- б) ненаучна
- в) абсолютна
- г) интертекстуальна

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильный вариант ответа:

На основе какого метода в философии Ф. Бэкона развивался эмпиризм?

- а) индукции**
- б) дедукции
- в) анализа
- г) синтеза

ЗАДАНИЕ 32. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется философская позиция, согласно которой в основе бытия лежит сознание?

- а) идеализм**
- б) материализм
- в) дуализм
- г) плюрализм

ЗАДАНИЕ 33. Выберите правильный вариант ответа:

Что является отличительной особенностью философского мышления в эпоху Возрождения?

- а) теоцентризм
- б) антропоцентризм**
- в) космоцентризм
- г) сциентизм

ЗАДАНИЕ 34. Выберите правильный вариант ответа:

Атеизм отрицает

- а) Бога**
- б) человека
- в) материю и сознание
- г) сознательное и бессознательное

ЗАДАНИЕ 35. Выберите правильный вариант ответа:

Что НЕ относится к чувственному познанию?

- а) ощущение
- б) восприятие
- в) представление
- г) понятие**

ЗАДАНИЕ 36. Выберите правильный вариант ответа:

В чем состоит сущность реляционной концепции пространства и времени?

- а) время вечно, пространство бесконечно
- б) время и пространство не зависят друг от друга
- в) пространство и время относительны и зависят от материальных процессов**
- г) время и пространство – ноуменальные сущности

ЗАДАНИЕ 37. Укажите основной вопрос гносеологии:

- а) что первично?
- б) познаваем ли мир?**
- в) что такое человек?
- г) что я должен делать?

ЗАДАНИЕ 38. Выберите правильный вариант ответа:

Как может быть охарактеризована дуалистическая система?

- а) утверждает наличие двух субстанций**
- б) утверждает наличие одной субстанции
- в) утверждает веру в единого Бога
- г) отрицает вселенную

ЗАДАНИЕ 39. Выберите философскую школу эпохи эллинизма:

- а) экзистенциализм
- б) позитивизм
- в) эпикуреизм**
- г) номинализм

ЗАДАНИЕ 40. Выберите правильный вариант ответа:

Философская категория, выражающая протяженность и взаимное расположение объектов, – это

- а) пространство**
- б) время
- в) движение
- г) атрибутивность

ЗАДАНИЕ 41. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется направление, в котором провозглашается наличие множества субстанций?

- а) монизм
- б) одномерность
- в) дуализм
- г) плюрализм**

ЗАДАНИЕ 42. Выберите правильный вариант ответа:

Как в марксизме называется определенный этап развития человечества, отличающийся способом производства материальных благ?

- а) культура
- б) цивилизация
- в) социокультурная суперсистема
- г) общественно-экономическая формация**

ЗАДАНИЕ 43. Выберите правильный вариант ответа:

Какой фразой можно выразить роль философии в средние века?

- а) «царица наук»
- б) «наука наук»
- в) «служанка богословия»**

г) «учение о счастье»

ЗАДАНИЕ 44. Выберите правильный вариант ответа:

Каким методом познания пользовались рационалисты Нового времени?

а) индукция

б) дедукция

в) аналогия

г) противоречие

ЗАДАНИЕ 45. Выберите правильный вариант ответа:

В каком обществе научно-технические изобретения и открытия оказывают наиболее сильное воздействие на социальные изменения?

а) в примитивном

б) в традиционном

в) в индустриальном

г) в информационном

ЗАДАНИЕ 46. Выберите правильный вариант ответа:

Уподобление общества как системы биологическому организму характерно для философии

а) позитивизма

б) экзистенциализма

в) идеализма

г) иррационализма

ЗАДАНИЕ 47. Выберите правильный вариант ответа:

Аграрный сектор занимает наибольший удельный вес в структуре занятости

а) информационного общества

б) традиционного общества

в) индустриального общества

г) постиндустриального общества

ЗАДАНИЕ 48. Выберите наиболее характерный признак постиндустриального общества:

а) религия

б) информация

в) земля

г) великие географические открытия

ЗАДАНИЕ 49. Выберите правильный вариант ответа:

Чем определялась ценность человеческой деятельности для гуманистов эпохи Возрождения?

а) заслугами перед Богом

б) происхождением

в) личными заслугами и творчеством

г) социальной принадлежностью

ЗАДАНИЕ 50. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из указанных законов НЕ относится к законам диалектики?

а) закон единства и борьбы противоположностей

б) закон перехода количественных изменений в качественные

в) закон отрицания отрицания

г) закон трех стадий

ЗАДАНИЕ 51. Выберите правильный вариант ответа:

Традиция европейского рационализма связана с именем

- а) Ф. Бэкона
- б) Р. Декарта**
- в) Т. Гоббса
- г) Дж. Локка

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Что выступает в качестве социального фактора, детерминировавшего возникновение человека в рамках марксистской философии?

Ответ: труд

ЗАДАНИЕ 2. Какой раздел в системе философского знания изучает бытие?

Ответ: онтология

ЗАДАНИЕ 3. Какой раздел в системе философского знания изучает познание и его специфику?

Ответ: гносеология

ЗАДАНИЕ 4. Какой раздел в системе философского знания изучает человека и его специфику?

Ответ: философская антропология

ЗАДАНИЕ 5. Соответствие знания объективной реальности – это

Ответ: истина

ЗАДАНИЕ 6. Укажите направление в системе философского знания, представители которого считали, что основой познания является опыт.

Ответ: эмпиризм

ЗАДАНИЕ 7. Укажите направление в системе философского знания, представители которого считали, что основой познания является разум.

Ответ: рационализм

ЗАДАНИЕ 8. Как называется философское учение об обществе как системе?

Ответ: социальная философия

ЗАДАНИЕ 9. Что противостоит материи в системе онтологии?

Ответ: сознание

ЗАДАНИЕ 10. Какой тип мировоззрения определяется верой человека в сверхъестественное начало?

Ответ: религия

ЗАДАНИЕ 11. Представители какого направления в системе философского знания, считают первичным идеальное начало, не зависимое от человеческого сознания?

Ответ: объективный идеализм

ЗАДАНИЕ 12. Кто является одновременно существом биологическим, социальным и духовным?

Ответ: человек

ЗАДАНИЕ 13. Какая проблема в современном обществе вызвана противоречием между производственной деятельностью человека и стабильностью природной

среды его обитания, связана со стремительным ухудшением экологической обстановки и вследствие этого – скоротечной гибелью населения планеты?

Ответ: экологическая

ЗАДАНИЕ 14. Что в рамках цивилизационного подхода Шпенглера является последней фазой в развитии культуры?

Ответ: цивилизация

ЗАДАНИЕ 15. Как называется направление в системе философского знания, представители которого, признают в качестве основания бытия материальное начало?

Ответ: материализм

ЗАДАНИЕ 16. Какое направление признает мышление и материю независимыми субстанциями?

Ответ: дуализм

ЗАДАНИЕ 17. Какая философская позиция отрицает возможность достоверного познания сущности окружающей человека действительности?

Ответ: агностицизм

ЗАДАНИЕ 18. Какое понятие определяется следующим образом: «фундаментальная исходная философская категория для обозначения объективной реальности, данной нам в ощущениях»?

Ответ: материя

ЗАДАНИЕ 19. Как называется учение о развитии и всеобщей связи?

Ответ: диалектика

ЗАДАНИЕ 20. Какое направление в философии является противоположным рационализму?

Ответ: иррационализм

ЗАДАНИЕ 21. Укажите имя философа, благодаря которому в философию было введено представление о коллективном бессознательном.

Ответ: Юнг

ЗАДАНИЕ 22. Философская теория познания – это

Ответ: гносеология

ЗАДАНИЕ 23. Какая сфера философского знания направлена на изучение человека?

Ответ: философская антропология

ЗАДАНИЕ 24. Как называется система принципов, взглядов, ценностей, идеалов и убеждений, определяющих направление деятельности и отношение к действительности отдельного человека, социальной группы или общества в целом?

Ответ: мировоззрение

ЗАДАНИЕ 25. Что являлось основным способом понимания мира на ранней стадии общественного развития?

Ответ: миф

ЗАДАНИЕ 26. Как называется философское направление, утверждающее первичность материи?

Ответ: материализм

ЗАДАНИЕ 27. Как называется учение о единой субстанции в основе мира?

Ответ: монизм

ЗАДАНИЕ 28. Что является критерием истины?

Ответ: практика

ЗАДАНИЕ 29. Как называлось мировоззрение эпохи Возрождения, выражающее человеколюбие и уважение личного достоинства человека?

Ответ: гуманизм

ЗАДАНИЕ 30. Какое из философских направлений выражало идею о том, что «истина – то, что полезно»?

Ответ: прагматизм

3) открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Критически проанализируйте умозаключение. Определите, какой метод решения проблемной ситуации здесь используется. Критически оцените его возможность разрешить проблемную ситуацию:

К. Маркс отрицает существование Бога, М. Хайдеггер отрицает существование Бога, Ж.-П. Сартр отрицает существование Бога, следовательно, все современные философы отрицают существование Бога.

Ответ: Индукция. Метод вероятностный, в данном случае, ведущий к ошибочному выводу. Позволяет в разрешении проблемной ситуации очертить круг проблем и выработать предположение.

ЗАДАНИЕ 2. Используя логико-методологический инструментарий, определите, какие из суждений являются «знанием», какие «мнением» и какие «верованием». Обоснуйте свою позицию:

1. Городской округ город Воронеж с населением 1050,6 тыс. человек. Воронеж возник в 1586 г. (крепость). В XVII в. – крупнейший центр торговли. Сейчас – один из аграрно-индустриальных центров России.

2. Зимой всегда слишком холодно.

3. Бог существует.

Ответ: 1 – знание, т.к. оно может быть сформировано путем ознакомления с различными научными источниками (справочником, словарем и т.д.); 2 – мнение, т.к. высказано на основе субъективного восприятия; 3 – верование, т.к. сформировано под влиянием религиозного опыта.

ЗАДАНИЕ 3. Проанализируйте процесс познания. Из таких форм, как факт, гипотеза и теория, какая именно форма является проблемной? Обоснуйте свой ответ.

Ответ: гипотеза является проблемным знанием, играет в процессе познания роль предположения, требующего проверки на опыте и теоретического обоснования для того, чтобы стать достоверным знанием.

ЗАДАНИЕ 4. К какой форме познания относятся наблюдение и измерение, на решение каких задач они направлены, и в чем ограниченность наблюдения и измерения как способов решения познавательных задач?

Ответ: Наблюдение и измерение относятся к эмпирической форме познания, они направлены на исследование внешних характеристик и свойств изучаемого объекта. Недостатками наблюдения являются влияние субъекта познания на объект, сложность повторения наблюдения, ограниченность во времени, субъективность в интерпретации данных. Недостатками измерения

являются ограниченность измерения для разных величин, влияние субъекта на объект познания.

ЗАДАНИЕ 5. Используя логико-методологический инструментарий, оцените, какие из умозаключений являются истинными и позволяют однозначно решить проблемную ситуацию, а какие – вероятностными (менее достоверными)? Обоснуйте свой ответ:

1. Все студенты нашей группы сдали зачет; Иванов – студент нашей группы. Иванов сдал зачет.

2. Иванов – студент нашей группы, сдавший зачет, Петров – студент нашей группы, сдавший зачет, Сидоров – студент нашей группы, сдавший зачет. Следовательно, все студенты нашей группы сдали зачет.

Ответ: 1 – умозаключение истинное, поскольку является дедуктивным; 2 – умозаключение вероятно, поскольку индуктивно и основывается на простом перечислении элементов, принадлежащих к одному классу. Индуктивный вывод менее достоверен и не всегда может позволить выбрать правильное решение проблемы.

ЗАДАНИЕ 6. Представьте себе ситуацию познавательной неопределенности. Как ее можно решить в рамках направлений, отвечающих на вопрос «Познаваем ли мир?» в контексте основного вопроса философии. Познавательный оптимизм или агностицизм. Какое из этих направлений в проблемной ситуации позволит достичь истины, а какое – завершить познавательный процесс, не добившись результата? Обоснуйте свой ответ.

Ответ: выбрав позицию познавательного оптимизма, мы будем стремиться к достижению истины, ориентируясь на то, что мир познаваем. Разделяя позицию агностицизма, мы будем считать, что мир не познаваем, и поэтому воздержимся от дальнейшего изучения объекта.

ЗАДАНИЕ 7. Сократ для достижения истины использовал метод майевтики, состоящий в постановке наводящих вопросов. Является ли данный метод актуальным? Как можно применить его в проблемной ситуации?

Ответ: метод майевтики актуален и реализуется в форме диалога в современной науке. В проблемной ситуации метод диалога позволяет проявить активность обеих сторон, которые совместно вырабатывают методы решения проблемы и находят выход из проблемной ситуации.

ЗАДАНИЕ 8. Вы – представитель эмпиризма. Объясните собеседнику, откуда мы получаем знания. В чем преимущества эмпиризма?

Ответ: как представитель эмпиризма, я считаю, что источником познания является опыт. Только приобретенный человеком при помощи органов чувств или путем проведения эксперимента опыт является важнейшим и основным источником истинных и достоверных знаний.

ЗАДАНИЕ 9. Многие философские направления формируются как результат поиска ответа на проблемный вопрос, возникающий в критической ситуации. Назовите такие проблемные ситуации в истории человечества и объясните, к формулировке каких идей они подтолкнули философов.

Ответ: возникновение христианства потребовало от философов обоснования основных положений вероучения и привело к формированию средневековой философии. Научная революция в Новое время способствовала развитию гносеологии и разработке учения о методе познания (студент может предложить любую проблемную ситуацию, в ответ на которую возникла философская концепция или направление, важно указание на причинно-следственную связь).

ЗАДАНИЕ 10. Каждый человек обладает системой представлений о мире, обществе, других людях и о себе самом, которые он применяет, в том числе, в своей профессиональной деятельности. В эти представления включаются знания, мнения, верования. Укажите, какие из этих категорий знания являются надежными, а какие – ненадежными источниками информации при решении профессиональных задач. Свой ответ обоснуйте.

Ответ: знания являются надежным источником информации, поскольку обоснованы и получены из достоверных источников информации. Мнения и верования не являются надежными, поскольку основаны на предположениях, которые не могут быть доказаны в данный момент времени.

ЗАДАНИЕ 11. Проанализируйте нижеприведенный отрывок. Укажите основные характеристики данного типа мировоззрения. Существует ли в современном обществе этот тип мировоззрения? Если да, назовите несколько сфер его использования.

«Могучая, благодатная Земля породила беспредельное голубое Небо – Урана, и раскинулось Небо над Землей. Гордо поднялись к нему высокие Горы, рожденные Землей, и широко разлилось вечно шумящее Море. Матерью-Землей рождены Небо, Горы и Море, и нет у них отца. Уран – Небо – воцарился в мире. Он взял себе в жены благодатную Землю. Шесть сыновей и шесть дочерей – могучих, грозных титанов».

Ответ: это мифологическое мировоззрение. Для него характерны образность, стремление к отражению мира не в строгих понятиях, а при помощи художественных образов. В современном обществе существует, например, в рекламе, политике.

ЗАДАНИЕ 12. Леонардо да Винчи разработал чертеж вертолета. Почему с точки зрения эмпиризма, полагающего, что основой познания является опыт, нельзя было установить достоверность его открытия? Поясните, почему именно опыт должен быть основой познания, по мнению представителей данного направления?

Ответ: в эпоху Возрождения отсутствовали технические возможности для эмпирической проверки достоверности открытия Леонардо. И потому нельзя было установить правильность его предположения. По мнению эмпириков, достоверное знание можно получить исключительно из опыта; знание, теория, догадка или предположение могут считаться верными, лишь когда они подтверждены практическим опытом.

ЗАДАНИЕ 13. Установите, какое из высказываний наиболее точно раскрывает содержание категорического императива И. Канта. Может ли оно являться надежным руководством для поведения современного человека в социуме? Если да, объясните, почему.

- а) возлюби ближнего своего как самого себя;
- б) не сотвори себе кумира;
- в) поступай так, чтобы правило твоего поведения могло служить нормой всеобщего законодательства.

Ответ: высказывание в) раскрывает содержание категорического императива И. Канта. Оно может быть надежным руководством для поведения современного человека в социуме, поскольку является универсальным и безусловным правилом нравственного поведения.

ЗАДАНИЕ 14. Попадая в пограничные ситуации, каждый человек сталкивается с выбором, совершив который, он реализует свою свободу. Но при этом свобода связана с ответственностью. Проанализируйте ситуацию убийства героем Ремарка

Равиком фашиста в произведении «Триумфальная арка». Связаны ли в данном эпизоде свобода и ответственность? Осознает ли герой ответственность за убийство?

«Вдруг это стало чем-то намного большим, чем просто личная месть. Казалось, что если он этого не сделает, то он будет виновен в каком-то бесконечном преступлении, что что-то в мире будет потеряно навсегда, если он не будет действовать. Он знал, что Хааке был всего лишь мелким служащим страха, что он не так уж много значил, – но внезапно он понял и то, что убить его было бесконечно важно».

Ответ: в данном отрывке Ремарк показывает, что герой, действительно, берет на себя ответственность за свой поступок, продиктованный не только местью, но и ответственностью за борьбу со злом в лице фашизма.

ЗАДАНИЕ 15. Проанализируйте категорический императив И. Канта: «Поступай только согласно такой максиме, руководствуясь которой, ты в то же время можешь пожелать, чтобы она стала всеобщим законом». К какому разделу в системе философского знания относится это высказывание? Обоснуйте свою позицию. Применима ли эта максима в Вашей профессиональной сфере?

Ответ: этика, поскольку именно этот раздел рассматривает поступки людей и отношения между ними с точки зрения представлений о добре и зле. Категорический императив И. Канта применим в различных сферах (политике, экономике), где мы должны человека ставить превыше всего, видеть в нем главную цель.

ЗАДАНИЕ 16. Используя логико-методологический инструментарий, классифицируйте следующие научные методы – аксиоматизация, идеализация, наблюдение, измерение, абстрагирование, эксперимент – по типам (эмпирические, теоретические).

Ответ:

Эмпирические методы	Теоретические методы
наблюдение	аксиоматизация
измерение	идеализация
эксперимент	абстрагирование

ЗАДАНИЕ 17. Критически анализируя проблему познаваемости мира, объясните, в чем преимущество скептицизма? Имеет ли он место в современном научном познании?

Ответ: скептицизм – философское направление, выдвигающее сомнение в возможности познания мира. В современной науке имеет место принцип умеренного скептицизма, предполагающий, что всякое суждение в научном познании необходимо подвергать той или иной критике и принимать его только в том случае, если оно эту критику выдерживает. Достоинством скептицизма является то, что все утверждения подвергаются критическому анализу, а все, не имеющее эмпирических доказательств, должно быть подвергнуто сомнению.

ЗАДАНИЕ 18. Какие из нижеуказанных процессов относятся к прогрессу, какие – к регрессу?

Снижение рождаемости.

Рост заболеваемости людей, эпидемии

Промышленный переворот.

Падение нравственности в современном обществе.

Информационная революция.

Переход от традиционного общества к индустриальному.

Выбрав один из процессов, отнесенных к прогрессу, укажите на возможные регрессивные его последствия. Выбрав один из процессов, отнесенных к регрессу, укажите на возможные прогрессивные его последствия.

Ответ:

Прогресс	Регресс
Промышленный переворот	Снижение рождаемости
Информационная революция	Падение нравственности в современном обществе
Переход от традиционного общества к индустриальному	Рост заболеваемости людей, эпидемии

Регрессивным следствием промышленного переворота можно считать кризис перепроизводства, появление экологических проблем.

Прогрессивным следствием эпидемий является развитие медицины в целях борьбы с заболеваниями.

ЗАДАНИЕ 19. Используя знание законов диалектики, продемонстрируйте их применимость в своей предметной области.

Ответ: закон единства и борьбы противоположностей – социальные конфликты, их возникновение, развитие и разрешение; закон перехода количественных изменений в качественные – повышение заработной платы населению приводит к инфляции; закон отрицания отрицания – здоровый человек, инфицированный больной, человек с выработанным на данный вирус иммунитетом.

Универсальная компетенция УК-2.

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.03 Основы права и противодействие противоправному применению (5 семестр)

Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа (5 семестр)

Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях (6 семестр)

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ (7 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Инвестиции, которые для достижения нужного результата распределены во времени и привязаны к этапам и подэтапам проекта – это

- а) жизненный цикл проекта
- б) дорожная карта
- в) диаграмма Ганта
- г) бюджет проекта**

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Кем выполняется интеграция проекта?

- а) руководителем проекта**
- б) командой проекта
- в) спонсором проекта
- г) стейкхолдерами проекта

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

На какой фазе жизненного цикла проекта проводят идентификацию рисков и составление реестра рисков?

- а) пред инвестиционной (предпроектное обоснование инвестиций)**
- б) инвестиционной (реализация проекта)
- в) основной
- г) эксплуатационной (завершение проекта)

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Какой метод управления рисками является наиболее эффективным, когда велики вероятность возникновения убытков и возможный размер убытка?

- а) принятие рисков
- б) передача рисков
- в) отказ от рисков**
- г) снижение риска

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

SWOT– анализ-метод, который позволяет выявить факторы

- а) внешней среды
- б) внутренней среды
- в) внешней и внутренней среды**
- г) прямые и косвенные факторы

ЗАДАНИЕ 6. При планировании проекта строительства гостиничного комплекса были выделены следующие структурные элементы: разработка проекта, строительство, сдача в эксплуатацию. Укажите классификационный признак выделения этих элементов.

- а) ключевые результаты, которые должны быть достигнуты
- б) фазы жизненного цикла**
- в) организационная структура проекта
- г) источники финансирования

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

В рамках группы процессов планирования проекта осуществляется ...

- а) сравнение реальной стоимости выполненных работ с плановой стоимостью
- б) формирование счета к оплате работ
- в) учет реальной стоимости выполненных работ
- г) определение и согласование стоимостей детализированных работ**

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно каким методам реализация проекта происходит этапами, при этом пока не закончили предыдущий этап к следующему не переходят?

- а) каскадные (водопадные, предиктивные)**
- б) итеративные
- в) гибкие
- г) инкрементальные

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Какие модели позволяют минимизировать риски, сводя процесс разработки проекта к циклу коротких этапов работ?

- а) каскадные (водопадные, предиктивные)
- б) итеративные**
- в) гибкие
- г) инкрементальные

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Какие виды контроля осуществляются на протяжении жизненного цикла проекта?

- а) текущий, оперативный, заключительный
- б) постоянный, периодический, спонтанный
- в) постоянный, оперативный, заключительный
- г) предварительный, текущий, заключительный**

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется метод оценки стоимости проекта, в котором для предсказания стоимости оцениваемого проекта используются фактические данные о стоимости прежде выполненных проектов?

- а) оценка стоимости проекта «снизу вверх»
- б) оценка стоимости проекта «сверху вниз»
- в) оценка стоимости проекта «по аналогу»**
- г) параметрические оценки стоимости

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Что не входит в календарное планирование?

- а) планирование содержания проекта
- б) определение последовательности работ и построение сетевого графика
- в) распределение потребностей в ресурсах (люди, машины, механизмы, материалы и т.д.)
- г) определение себестоимости продукта проекта**

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

На каком этапе осуществляется подписание актов выполненных работ и прочих документов?

- а) планирования проекта
- б) инициации проекта
- в) выполнения проекта
- г) завершения проекта**

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Диаграмма Ганта – это

- а) горизонтальная линейная диаграмма, на которой задачи проекта представляются протяженными во времени отрезками, характеризующимися датами начала и окончания, взаимосвязями, задержками и, возможно, другими временными параметрами**
- б) график выполнения работ проекта
- в) диаграмма, отражающая причинно-следственные взаимосвязи проекта
- г) любое схематичное представление логических взаимосвязей между операциями проекта

ЗАДАНИЕ 15. При разработке программного обеспечения команда проекта вначале определяет требования к продукту, планирует проект в целом, разрабатывает программное решение, а затем создает код и тестирует продукт. Какому подходу (модели) к управлению проектами соответствуют указанные действия?

- а) каскадный**
- б) итеративный
- в) гибкий
- г) инкрементальный

ЗАДАНИЕ 16. Какому инструменту формирования видения и планирования проекта соответствует следующее определение?

- а) это графическая схема, на которой изображены основные стадии, действия, причинно-следственные связи и предполагаемые результаты данных действий в так называемых узлах.
- б) дорожная карта проекта**
- в) бюджет проекта
- г) матрица БКГ
- д) диаграмма Ганта

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Какая задача решается с помощью сетевого графика проекта?

- а) управление затратами времени на выполнение работ проекта**
- б) управление материальными затратами
- в) управление конфликтами проектной команды
- г) управление рисками

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Участники проекта – это

- а) потребители, для которых предназначен проект
- б) заказчики, инвесторы, менеджеры проекта
- в) физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте**
- г) заказчики, подрядчики, менеджеры, рядовые исполнители проекта

ЗАДАНИЕ 19. Какое из представленных ниже описаний соответствует такой стратегии взаимодействия со стейкхолдерами, как вовлечение?

- а) односторонняя связь от компании к стейкхолдерам
- б) односторонняя связь от стейкхолдера к компании
- в) двусторонняя асимметричная связь
- г) двусторонняя симметричная связь**

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Какая из стратегий управления конфликтами в процессе реализации проекта подразумевает использование конфликта для интенсификации деятельности, вплоть до искусственного создания конфликтных ситуаций?

- а) агрессивная**
- б) конструктивная
- в) оборонительная
- г) невмешательства

2)открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Как называется превышение расходной части бюджета проекта над доходной?

Ответ: Дефицит

ЗАДАНИЕ 2. Как называется систематически протекающий процесс обработки информации, предназначенный для выявления различий между плановыми величинами и величинами, взятыми для сравнения, а также анализа выявленных отклонений?

Ответ: Контроль

ЗАДАНИЕ 3. Укажите пропущенный термин (строчными буквами в соответствующем падеже):

Оценка стоимости работ, оценка потребностей в ресурсах, календарный план проекта, перечень идентифицированных рисков являются входными данными для разработки ... проекта.

Ответ: бюджета/сметы

ЗАДАНИЕ 4. Какая из стратегий управления конфликтом подразумевает минимизацию дисфункциональных последствий конфликта, чтобы конфликт не препятствовал осуществлению проекта?

Ответ: оборонительная

ЗАДАНИЕ 5. К какому из видов коммуникаций проекта можно отнести устав, отчеты, электронные письма?

Ответ: письменная.

ЗАДАНИЕ 6. Какой документ является основным результатом выполнения группы процессов планирования?

Ответ: План управления проектом

ЗАДАНИЕ 7. Какому инструменту формирования видения и планирования проекта соответствует следующее определение?

... – это графическая схема, на которой изображены основные стадии, действия, причинно-следственные связи и предполагаемые результаты данных действий в так называемых узлах

Ответ: Дорожная карта / дорожная карта проекта

ЗАДАНИЕ 8. Определение содержания и границ проекта, заинтересованных лиц проекта, внешних и внутренних ограничений и требований, формирование критериев оценки успешности проекта осуществляется на этапе

Ответ: инициации / инициации проекта

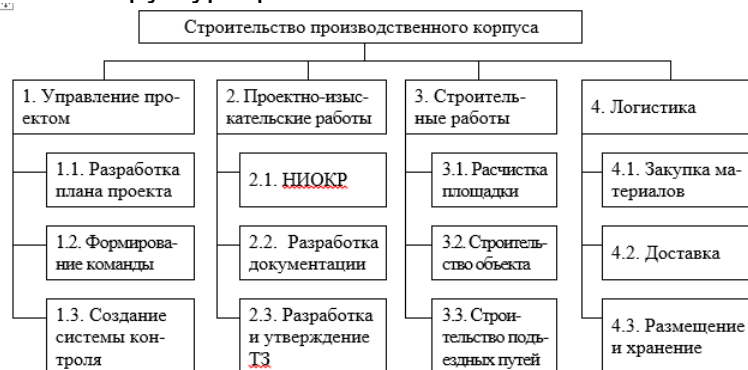
ЗАДАНИЕ 9. Какому критерию SMART не соответствует цель «Увеличить количество заключаемых договоров с новыми клиентами на 20% за счет внедрения скриптов продаж»?

Ответ: время (срок, ограниченность во времени, time, time bound)

ЗАДАНИЕ 10. Какому критерию SMART не соответствует цель «За три месяца увеличить количество клиентов»?

Ответ: измеримость / измеримый (measurable)

ЗАДАНИЕ 11. Какой подход был использован при построении представленной на рисунке иерархической структуры работ?



Ответ: функциональный

ЗАДАНИЕ 12. Стиль разрешения конфликтов, когда стороны идут на уступки – это

Ответ: компромисс

ЗАДАНИЕ 13. Кто, в соответствии с матрицей RACI, несет ответственность за исполнение задания, а также имеет право принимать решения, связанные со способом его выполнения?

Ответ: ответственный (accountable)

ЗАДАНИЕ 14. В соответствии с матрицей RACI, он не несет ответственности за выполнение работы проекта. Его информируют об уже принятом решении, взаимодействие с ним носит односторонний характер?

Ответ: Наблюдатель, информируемый, информируемое лицо, informed

ЗАДАНИЕ 15. Данный стиль разрешения конфликта характеризуется тем, что стороны расходятся во мнениях, но готовы выслушать друг друга, чтобы изложить

свои позиции, понять причины конфликта и разработать долгосрочное взаимовыгодное решение.

Ответ: сотрудничество

ЗАДАНИЕ 16. Стиль поведения в конфликте, предполагающий стремление к частичному удовлетворению интересов обеих сторон конфликта. Часто рассматривается только как промежуточный этап разрешения конфликта перед поиском такого решения, в котором обе стороны были бы удовлетворены полностью.

Ответ: компромисс

ЗАДАНИЕ 17. Выявить внутренние сильные и слабые стороны проекта, а также внешние возможности и угрозы, и установить связи между ними можно с помощью матрицы _____.

Ответ: SWOT (CBOT)

ЗАДАНИЕ 18. Предприниматель размещает подробное описание своего проекта на специальной платформе. Описывает цели проекта, планы получения прибыли, необходимые ресурсы, а затем посетители платформы изучают информацию о проекте и дают деньги, при условии, что им понравилась идея. Как называется такой способ финансирования проекта?

Ответ: краудфандинг.

ЗАДАНИЕ 19. Какая стадия формирования проектной команды является наиболее трудной, сопровождающейся значительным снижением производительности команды.

Ответ: бурление (столкновение, storming)

3)открытые задания (расчетные задачи, средний уровень сложности):

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Оборот проекта вырос за 1 месяц с 1 000 000 рублей до 1 500 000 рублей. Определите на сколько процентов вырос оборот проекта. Приведение расчеты.

Решение: $(500\ 000 / 1\ 000\ 000) * 100 = 50\%$.

Ответ: 50%

ЗАДАНИЕ 2. Определите долю рынка компании, реализующей проект, если ее розничный объем товарооборота составил 5 млн. руб., а общий объем розничного товарооборота на рынке 20 млн. руб. Приведение расчеты.

Решение: $5/20*100=25\%$.

Ответ: 25%

ЗАДАНИЕ 3. Определите долю рынка компании, реализующей проект, если ее розничный объем товарооборота составил 10 млн. руб., а общий объем розничного товарооборота на рынке 25 млн. руб. Приведение расчеты.

Решение: $10/25*100=40\%$.

Ответ: 40%

ЗАДАНИЕ 4. Рассчитайте общую сумму инвестиций, если рентабельность проекта составляет 25%, чистая прибыль 500 000 рублей. Приведение расчеты.

Решение: $(500\ 000 / (25*0,5)) * 100 = 4\ 000\ 000$ руб.

Ответ: 4 000 000

ЗАДАНИЕ 5. Проектом предусмотрены тарифные ставки в соответствии с таблицей:

Должность	Заработная плата, тыс. руб.			
	2023	2024	2025	2026
директор	150	165	200	220
гл. бухгалтер	100	110	130	160
бухгалтер	60	80	90	110
менеджер по продажам	80	100	100	130
врач	60	60	70	80
инженер	70	70	80	90

За период с 2025 по 2026 года рассчитайте индекс тарифной ставки менеджера по продажам. Ответ укажите в процентах с округлением до целых. Приведение расчеты.

Решение: $130/100 \cdot 100 = 1,3 = 130\%$.

Ответ: 130

ЗАДАНИЕ 6. Проектом предусмотрено создание рабочих мест в соответствии с таблицей:

Должность	Количество рабочих мест			
	2023	2024	2025	2026
директор	1	1	1	1
гл. бухгалтер	1	1	1	1
бухгалтер	0	0	1	1
менеджер по продажам	1	1	1	1
врач	7	9	11	12
инженер	1	1	1	1

Планируемые тарифные ставки:

Должность	Тарифные ставки, тыс. руб.			
	2023	2024	2025	2026
директор	150	165	200	220
гл. бухгалтер	100	110	130	160
бухгалтер	60	80	90	110
менеджер по продажам	80	100	100	130
врач	60	60	70	80
инженер	70	70	80	90

Премий не предусмотрено. Рассчитайте фонд оплаты труда в 2024 году. Ответ укажите в тысячах рублей. Приведение расчеты.

Решение: $(1 \cdot 165 + 1 \cdot 110 + 0 \cdot 80 + 1 \cdot 100 + 9 \cdot 60 + 1 \cdot 70) \cdot 12 = 11\,820$.

Ответ: 11 820

ЗАДАНИЕ 7. Общий объем инвестиций в открытие магазина: 900 тыс. руб. Предполагается, что среднегодовой доход будет составлять 300 тыс. руб. Необходимо рассчитать срок, за который окупятся вложенные средства. Приведение расчеты.

Решение: Срок окупаемости = $900 \text{ тыс.руб.} / 300 \text{ тыс. руб.} = 3 \text{ года}$

Ответ: 3 года

ЗАДАНИЕ 8. Посчитайте, за какое количество рабочих дней была выполнена задача (приведите ход решения).

Дано: Было потрачено 32 чел.-час., рабочий день – 4 часа, один сотрудник выполнял задачу с самого начала, второй сотрудник присоединился на третий день. Работы завершили вместе.

Решение: первый сотрудник отработал $4 \cdot 2 = 8$ чел.-часов, осталось $32 - 8 = 24$ чел.-час.

Начиная с третьего дня работают два сотрудника: $24 / (2 \cdot 4) = 3$ дня

$2 + 3 = 5$ дней

Ответ: 5

ЗАДАНИЕ 9. Сделайте прогноз, сколько еще часов необходимо потратить сотруднику для завершения задачи (приведите ход решения).

В еженедельном отчете содержится следующая информация: рабочая неделя – 5 дней, 8 часов в день; прогнозная длительность задачи – 3 рабочих дня; сотрудник потратил 2 дня и выполнил половину работ.

Решение: половина работ выполнена за 2 рабочих дня, т.е. за 16 часов. Следовательно, для выполнения второй половины работ потребуется 16 часов.

Ответ: 16 часов

ЗАДАНИЕ 10. Сделайте прогноз, на сколько часов сотрудник потратит больше, чем было запланировано (приведите ход решения).

Дано: рабочая неделя – 4 дня, 6 часов в день; прогнозная длительность задачи – 5 рабочих дней; сотрудник потратил 2 дня и выполнил четверть работ.

Решение: на выполнение четверти работ потребовалось $2 \cdot 6 = 12$ часов, следовательно, на весь объем работ потребуется $12 \cdot 4 = 48$ часов. Прогнозная длительность задачи $5 \cdot 6 = 30$ часов. Перерасход времени составит $48 - 30 = 18$ часов.

Ответ: 18 часов.

ЗАДАНИЕ 11. Посчитайте, за какое количество дней была выполнена задача (приведите ход решения).

Дано: Было потрачено 36 чел.-час. Рабочий день – 6 часов. Первые два дня сотрудники выполняли задачу вдвоем, а затем один из них переключился на другую задачу.

Решение: За первые два дня было потрачено $2 \cdot 2 \cdot 6 = 24$ чел.-час.

Осталось выполнить первому работнику $36 - 24 = 12$ чел.-час. $12 / 6 = 2$ дня

$2 + 2 = 4$ дня.

Ответ: 4 дня.

Универсальная компетенция УК-3

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Период окончания формирования компетенции: 3 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития (3 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития (3 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

С целью успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности человек осуществляет самодиагностику и использует метод исследования, предполагающий специальную организацию ситуации исследования, вмешательство исследователя в нее с целью вызвать изучаемое явление. Как называется этот метод?

- а) тест
- б) проективный метод
- в) **эксперимент**
- г) наблюдение

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

С целью успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности человек осуществляет самодиагностику и использует метод пассивного и непосредственного исследования реальности, когда он не может вмешиваться в ситуацию. Как называется этот метод?

- а) эксперимент
- б) тест
- в) **наблюдение**
- г) беседа

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

При организации совместной работы в команде важно учитывать особенности личности каждого члена команды. Необходимо знать, что личность в психологии – это

- а) индивид, имеющий заслуги в определенной сфере деятельности
- б) человек во всех своих проявлениях
- в) **человек как общественный субъект, носитель индивидуальности, которая раскрывается в ходе функционирования в общественной жизни**
- г) социальный индивид

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется вид деятельности, целью которого является приобретение человеком знаний, умений и навыков, которые впоследствии реализуются в деятельности?

- а) труд
- б) игра
- в) **учение**
- г) работа

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

С целью эффективного взаимодействия в команде и определения своей роли в ней личность опирается на обобщенные и обширные знания психологии, что соответствует

- а) **научной психологии**
- б) фундаментальной психологии
- в) житейской психологии
- г) общей психологии

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Выбор профессиональной деятельности, в частности, опирается на учет конкретных психофизических и биологических черт, что характеризует отдельное живое существо, представителя биологического вида – это характеристика

- а) личности
- б) **индивида**
- в) человека
- г) субъекта

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется способность оказывать влияние на отдельные группы и личности и направлять их способности на достижение цели организации?

- а) власть
- б) **лидерство**
- в) влияние
- г) индивидуальный стиль деятельности

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Если человек в команде проявляет такие качества, как самокритичность, скромность, гордость, это характеризует

- а) его отношение к вещам
- б) его отношение к другим людям
- в) **систему отношений человека к самому себе**
- г) особенности выполнения им какой-либо деятельности

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется способность человека к длительному и неослабному напряжению энергии, неуклонное движение к намеченной цели при работе в команде?

- а) сознательность
- б) оптимизм
- в) трудолюбие
- г) **настойчивость**

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Мотив – это

- а) **материальный или идеальный предмет, который побуждает и направляет на себя деятельность, и ради которого она осуществляется**
- б) состояние нужды организма (индивида, личности) в чем-то, необходимом для нормального существования
- в) потребность в познании окружающей среды и себя, в творчестве, эстетических наслаждениях и т.п.

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

При работе в команде важно учитывать особенности характера каждого. Характер понимается как

- а) **индивидуальное сочетание устойчивых психических особенностей человека, обуславливающих типичный для данного субъекта способ поведения в определенных жизненных условиях и обстоятельствах**
- б) форма направленности личности, представляющая собой систему мотивов личности
- в) отличительный признак, который человек заимствует в социальных отношениях
- г) индивидуально своеобразная, природно обусловленная совокупность динамических проявлений психики

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

При распределении ролей в команде следует учитывать свойства человека, обусловленные генетическими факторами. Эти свойства относятся к

- а) воспитанности
- б) **задаткам**
- в) авторитету
- г) обученности

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

При работе в команде каждому члену коллектива следует учитываться такой высший регулятор поведения человека, как

- а) убеждения
- б) **мировоззрение**
- в) установки
- г) мотивация

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Для волевого регулирования присущи ... действия.

- а) **сознательные**
- б) неосознанные
- в) интуитивные
- г) произвольные

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Планирование действий для достижения заданного результата, а также их корректировка связана с формированием самосознания личности. Самосознание в психологии определяется как

- а) **осознание собственных потребностей, способностей, мотивов поведения, мыслей, качеств**
- б) анализ поступков
- в) ориентация на успешность реализации в деятельности
- г) установка на предначертанность жизненного пути

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Для эффективного взаимодействия в команде важно осознавать и определять свой тип темперамента. Как называется темперамент, которому соответствуют следующие характеристики: чувства возникают быстро, отличаются высокой интенсивностью и устойчивостью, активны, энергичны, экстраверты, но нервны и резки в общении, не умеют сдерживать эмоции?

- а) **холерик**
- б) сангвиник
- в) меланхолик
- г) флегматик

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Проявление в командной работе таких характеристик как нерешительность (особенно при необходимости сделать самостоятельный выбор); тревожная мнительность, которая выступает защитой от постоянной тревоги и проявляется в выдумывании примет и ритуалов, является акцентуацией характера и относится к ... типу.

- а) сензитивному
- б) лабильному
- в) психастеническому**
- г) гипертимному

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Эффективное взаимодействие с другими членами группы (команды) обусловлено сформированностью у личности, системы мотивов, побуждающих человека поступать в соответствии со своими взглядами и принципами, что характеризует его

- а) интерес
- б) убеждение**
- в) склонность
- г) мировоззрение

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Эффективность командной работы связана с темпераментными особенностями отдельной личности. Достоинство меланхолического темперамента в том, что люди с этим типом

- а) обладают глубиной чувств и никогда не обещают того, что не в состоянии сделать**
- б) обладают быстрой реакцией, легко приспосабливаются к изменяющимся условиям жизни
- в) прикладывают значительные усилия для достижения цели в короткий промежуток времени
- г) умеют не бояться трудностей

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется самовосприятие человека как члена определенной группы или нескольких групп?

- а) коллективистическое самосознание
- б) групповая идентичность**
- в) групповая сплоченность
- г) коллективная принадлежность

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Как называются препятствия, барьеры в общении, которые проявляются у партнеров в непонимании высказываний, требований, предъявляемых друг другу?

- а) профессиональные барьеры
- б) эмоциональные барьеры
- в) физические барьеры
- г) смысловые барьеры**

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется передача эмоционального состояния человеку или группе помимо собственно смыслового воздействия?

- а) убеждение
- б) психическое заражение**

- в) поддержка
- г) сочувствие

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Какой вид общения Вы выберите при желании и умении выразить свою точку зрения и учесть позиции других?

- а) примитивное
- б) открытое**
- в) ролевое
- г) закрытое

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Руководитель команды должен иметь способности внушения, существенный признак которого – это

- а) недоверие
- б) некритическое восприятие информации**
- в) критичность
- г) подверженность стереотипам

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

При работе в команде следует избегать манипулирующего воздействия на человека, что проявляется в

- а) использовании человека в корыстных целях**
- б) демонстрации своей позиции
- в) резком отрицании мнения оппонентов
- г) покровительственном отношении к человеку

открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития (3 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Как называется относительно устойчивый и упрощенный образ, складывающийся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта индивида и предвзятых представлений, принятых в обществе (профессиональном коллективе)?

Ответ: стереотип

ЗАДАНИЕ 2. Руководитель, который способен применять психологические знания для анализа и критической оценки эффективности собственных ресурсов и ресурсов команды, способствует наивысшему уровню развития команды, характеризующейся межгрупповым единством, тесными связями с другими командами. Как называется такая команда?

Ответ: коллектив

ЗАДАНИЕ 3. Как называется познавательная активность, направленная на предметы и явления окружающего мира, на освоение выбранной профессии?

Ответ: интерес

ЗАДАНИЕ 4. Как называется образ желаемого результата, который должен быть достигнут в процессе деятельности?

Ответ: цель

ЗАДАНИЕ 5. Как называется общность людей, обладающая единой целью, традициями, обычаями, для которой характерно распределение ролей, функций, обязанностей между ее членами?

Ответ: группа

ЗАДАНИЕ 6. Группа, для которой характерны отчетливая система власти-подчинения, наличие нормативного документа ее регулирующего, четкая заданность позиций ее членов является

Ответ: формальной

ЗАДАНИЕ 7. Для эффективного осуществления профессиональной деятельности важно развитие познавательной способности, которая определяет готовность человека к усвоению и использованию знаний и опыта, к разумному поведению в проблемных ситуациях. Как называется данная способность?

Ответ: интеллект

ЗАДАНИЕ 8. Как называется состояние нужды организма (индивида, личности) в чем-то, обеспечивающее стремление к достижению цели?

Ответ: потребность

ЗАДАНИЕ 9. Стремление личности к достижению целей той степени сложности, на которую она считает себя способной, проявляется как

Ответ: притязание/уровень притязаний

ЗАДАНИЕ 10. При работе в команде человеку какого типа темперамента Вы поручите монотонную, однообразную работу?

Ответ: флегматик/флегматичный

ЗАДАНИЕ 11. Направленность на людей, общительность, инициативность, вместо обращенности на себя свойственны людям какого типа?

Ответ: экстраверт

ЗАДАНИЕ 12. При распределении командных ролей Вы обнаружили, что человек плаксив, обидчив, придает большое значение всему, что его касается, обладает повышенной тревожностью и ранимой душой. Какой это тип темперамента?

Ответ: меланхолик/меланхолическим

ЗАДАНИЕ 13. Как называются психологические трудности, возникающие в процессе общения, служащие причиной конфликтов или препятствующие взаимопониманию и взаимодействию?

Ответ: барьеры общения

ЗАДАНИЕ 14. В вашей команде есть человек, который проявляет свободу от внешних влияний и принуждений, готовность осуществлять деятельность без опоры на постороннюю помощь. Как называется эта способность?

Ответ: самостоятельность

ЗАДАНИЕ 15. Как называются правила и требования, которые приняты в соответствующей команде на определенном этапе его развития?

Ответ: норма

открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития (3 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Директор предприятия по выпуску игрушек решил повысить уровень креативности своих сотрудников. Он предложил с этой целью следующие рекомендации:

1) не жалеете времени и выдвигайте как можно больше идей;

- 2) не предлагайте фантастические варианты, те, которые нельзя воплотить в жизнь;
- 3) обсуждайте свои идеи с коллегами;
- 4) отбрасывайте идеи, которые могут потребовать больших затрат;
- 5) старайтесь, чтобы ваше изобретение соответствовало имиджу компании по производству игрушек;
- 6) постарайтесь придумать, как можно использовать наше оборудование в других целях.

Какие из перечисленных рекомендаций будут продуктивными и почему?

Ответ: Продуктивными можно считать 1,3 и 6 рекомендации. Они дают свободу действий, позволяют создавать и обсуждать идеи, по-новому смотреть на вещи, не ограничивают сотрудников в версиях. Эти условия способствуют созданию нового, т.е. развитию креативности.

ЗАДАНИЕ 2. В компании сотрудницу повысили в должности и перевели в другое подразделение. Ее новая начальница, практически не давала ей работать: критиковала ее действия, запрещала подчиненной принимать даже текущие мелкие решения. Выходом из данной ситуации стало подчеркнуто уважительное отношение сотрудницы к своей начальнице, стремление постоянно советоваться с ней, преподносить собственные решения так, будто именно руководительница подала идею подчиненной.

На какой компонент в структуре личности начальницы надо обратить внимание для объяснения причин ее поведения с сотрудницей? В чем причина такого общения с подчиненной на ваш взгляд?

Ответ: Надо обратить внимание на направленность личности руководителя, а именно на ее мотивы и интересы. Видимо, опасаясь за свое положение, и не веря в компетентность сотрудницы начальница выбрала такой способ взаимодействия.

ЗАДАНИЕ 3. Перед руководителем отдела в небольшой торговой компании стоит задача распределить обязанности между подчиненными на время своего отсутствия на работе. Подчиненные:

- 1) Иван обладает аналитическим складом ума, у него хорошо развиты организационные навыки. Сосредоточен, при оформлении документов не допускает ошибок. Жесткий, директивный в общении;
- 2) Михаил — творческий человек, с легкостью придумывает новые идеи, но не всегда доводит их до конца. Ошибается при работе с числами и в расчетах. Вспыльчив, может затевать интриги в отделе.

Обязанности следующие:

- 1) постановка задач, организация работы, координирование деятельности сотрудников (на время вашего отсутствия);
- 2) подготовка презентации к переговорам с клиентом;
- 3) анализ и статистика продаж;
- 4) урегулирование возможных спорных моментов договорных обязательств;
- 5) организация и проведение специальных акций;
- 6) анализ новинок компании.

Помогите распределить обязанности между сотрудниками и аргументируйте ответ.

Ответ: Ивану можно доверить 1, 3, 4 обязанности. Эти обязанности требуют организационных навыков и аналитического склада ума, которыми обладает Иван. Вызывает опасение как он справится с 4 обязанностью, но директивность в общении в этом случае лучше вспыльчивости Михаила.

Михаилу подойдут 2, 5 и 6 обязанности. Они требуют проявления творчества, не связаны с жестким регламентом, ошибки в их выполнении не критичны.

ЗАДАНИЕ 4. Руководитель команды имеет ряд полномочий. Такие как:

- 1) контроль результатов работы;

- 2) полномочия, способствующие профессиональному росту сотрудников;
- 3) принятие стратегических решений;
- 4) рутинную работу;
- 5) частные вопросы;
- 6) подготовительные операции;
- 7) установление целей.

Укажите какие из перечисленных полномочий руководитель не может делегировать в условиях дефицита времени. Дайте обоснование своего ответа.

Ответ: 1, 3, 7 не может делегировать. Направленность личности руководителя отражается в направленности деятельности коллектива. Успех работы команды зависит от того, как руководитель будет выстраивать эту работу. Поэтому ключевые задачи, обеспечивающие глобальную реализацию целей, руководитель не может никому делегировать.

ЗАДАНИЕ 5. Молодому специалисту компания предоставила возможность участвовать в международной конференции, где можно познакомиться с новейшими разработками, но также необходимо выступить с докладом. Немного подумав, молодой специалист отказался. Проанализируйте возможную причину отказа, если известно, что никаких личных причин у молодого специалиста не было.

Ответ: Скорее всего специалист отказался, испугавшись публичного выступления, или мероприятия с большим количеством людей. В этом случае необходимо развивать навыки публичного выступления, формировать стрессоустойчивость.

ЗАДАНИЕ 6. Перед руководителем отдела в небольшой торговой компании стоит задача распределить обязанности между подчиненными на время своего отсутствия на работе. Подчиненные:

- 1) Ольга аккуратна при работе с документами, редко допускает ошибки при расчетах, обладает аналитическим складом ума, хорошо развиты организационные навыки. Обидчива, все замечания принимает в штыки. Уверена, что ее недооценивают как сотрудника.
- 2) Олег обладает среднеразвитыми профессиональными навыками, но эффективно проводит презентации. Любит быть в центре внимания, периодически критикует коллег за их ошибки и является инициатором многих конфликтов.

Обязанности следующие:

- 1) постановка задач, организация работы, координирование деятельности сотрудников (на время вашего отсутствия);
- 2) анализ и статистика продаж;
- 3) подготовка презентации к переговорам с клиентом;
- 4) проведение переговоров с клиентом;
- 5) анализ остатков товара на складе, еженедельных, ежедневных отчетов;
- 6) регулирование претензий клиентов;
- 7) отслеживание платежей клиента.

Помогите распределить обязанности между сотрудниками и аргументируйте ответ.

Ответ: Ольге можно доверить 1, 2, 5, 6, 7 обязанности. Т.к. аккуратность работы с документами и организационные навыки, которыми она обладает востребованы в этих обязанностях.

Олег может выполнять 3, 4, 6 обязанности. Он эффективно проводит презентации, поэтому сам их может подготовить. 6 обязанность требует взаимодействия с людьми, он может с этим справиться, т.к. проведение презентаций предполагает сформированность этого навыка.

ЗАДАНИЕ 7. Представьте, что вы – руководитель предприятия. И выбираете специалиста по связям с общественностью, опираясь только на тип темперамента

личности. Человека какого типа темперамента вы можете выбрать на эту должность и почему?

Ответ: На эту должность подойдет коммуникабельный, активный, оптимистичный человек, умеющий быстро включаться в работу. Поэтому сангвиник или холерик вполне справились бы с данной должностью. Нужно только помнить, что сангвиники могут не доводить начатое дело до конца, а холерики чрезмерно эмоциональны и резки в поведении.

ЗАДАНИЕ 8. При подготовке к семинару студент столкнулся с трудностями в поиске необходимой литературы и в результате не смог ответить на семинаре. Все остальные студенты отыскивали необходимые литературные источники. Какие личностные качества не позволили студенту добиться успешного ответа на семинаре и почему?

Ответ: Не развитые коммуникативные качества, неусидчивость, отсутствие находчивости. Он мог бы уточнить у педагога какой литературой воспользоваться, выяснить это у одноклассников, применить креативный способ поиска литературы.

ЗАДАНИЕ 9. Определите о проявлении каких компонентов личности идет речь. Дайте обоснование своего ответа.

Сотрудник, нервный, самолюбивый и раздражительный молодой человек, не терпел никаких возражений со стороны коллег. Если с ним не соглашались, он устраивал скандал, использовал нецензурную лексику, повышал голос. На критику молодой реагировал бурно, не умел спокойно отстаивать свою мысль.

Ответ: Здесь проявляются темперамент и характер молодого специалиста. Темперамент в большей степени: несдержанность в проявлении эмоций, бурные реакции. Но вот самолюбие, не терпимость возражений и критики – это черты характера.

ЗАДАНИЕ 10. Люди обычно по-разному реагируют на неудачи в деятельности, направленной на достижение целей. Например, при решении сложных задач одни после первой неудачи пытаются решить ее во второй и третий раз, другие, наоборот, после первой же попытки оставляют эту задачу и хотят решать только более легкие. Как называется такая, лежащая в основе поведения, особенность личности? Почему Вы так считаете?

Ответ: Воля/волевые качества и самооценка личности. Умение идти к намеченной цели лежит в основе волевого поведения, а вера в то, что ты можешь справиться с трудностью – основа самооценки личности.

Универсальная компетенция УК-4

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.03 Иностранный язык (1-4 семестр)

Б1.О.19 Основы теории коммуникации (1 семестр)

Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации (1 семестр)

Б1.В.06 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью (2 семестр)

Б1.О.07 Современный русский язык (2-4 семестр)

Б1. О.11 Стилистика (5 семестр)

Б1.О.30 Риторика (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности - в формулировке задания перечислены все варианты ответа)

Задания по дисциплине «Речевое воздействие»

1. Способ воздействия, отсутствующий в рекламе
 - а) убеждение
 - б) уговаривание
 - в) принуждение**
 - г) просьба
 - д) внушение
2. Понятие «эффективное общение» в деловой коммуникации включает следующие параметры
 - а) цель
 - б) речевой этикет
 - в) цель и сохранение равновесия отношений**
 - г) сохранение равновесия отношений
3. Цель, в результате достижения которой можно изменить поведение собеседника в деловом общении, называется
 - а) информационной
 - б) предметной**
 - в) коммуникативной
 - г) прагматической
4. Какие роли наиболее конфликтны?
 - а) неофициальные
 - б) полуофициальные**
 - в) официальные
 - г) смешанные

5. Какие роли наименее конфликтны?
 - а) неофициальные
 - б) полуофициальные
 - в) официальные**

г) смешанные

6. Полуофициальные роли реализуются в отношениях

а) между друзьями

б) в семье

в) между коллегами

г) между малознакомыми людьми

7. Роль «ищущий совета» является

а) коммуникативной

б) социальной

в) смешанной

г) ситуативной

8. Укажите две из описанных ситуаций, в которых человек не меняет роль при изменении коммуникативной ситуации

а) жена-начальник, придя домой, продолжает командовать детьми и мужем

б) на вечеринке среди гостей вы видите знакомого врача и начинаете консультироваться у него по поводу своей болезни

в) хозяйка дома занята своими делами и не обращает внимания на гостей

г) руководитель одного подразделения приходит в другое и начинает распоряжаться

9. Невербальные действия, совершаемые бессознательно

а) знаки

б) симптомы

в) сигналы

г) жесты

10. Наши закрытые жесты

а) защищают нашу коммуникативную позицию

б) ослабляют позицию собеседника

в) усиливают нашу коммуникативную позицию

г) помогают оказать влияние на собеседника

11. Какой вид общения наименее конфликтен?

а) открытое, неофициальное

б) закрытое, официальное

в) прямое, открытое

г) косвенное общение

12. Какой из принципов делового общения ведёт к конфликту?

а) принцип терпимости к собеседнику

б) принцип благоприятной самоподачи

в) принцип выяснения отношений

г) принцип минимизации негативной информации

13. Какое правило отражает принцип терпимости к собеседнику?

а) давайте советы собеседнику

б) приспосабливайтесь к собеседнику

в) доказывайте свою правоту

г) отстаивайте свою точку зрения

14. Сущность закона «прогрессирующего нетерпения слушателей» в следующем

- а) чем дольше речь, тем она менее эффективна**
- б) чем дольше речь, тем она более понятна слушателям
- в) короткая речь неэффективна
- г) длинная речь облегчает восприятие слушателей

15. Вывод из закона «ритма общения» следующий

- а) больше говорим, чем молчим
- б) молчание большая ценность в общении, чем говорение**
- в) самое лёгкое общение – телефонное
- г) надо стараться говорить больше собеседника

16. Сущность закона «притяжения критики» состоит в том, что

- а) критикуют провинившихся людей
- б) критикуют невиновных
- в) критикуют тех, кто больше выделяется из окружающей среды**
- г) критикуют незаметных людей

17. Закон «искажения информации при её передаче» требует

- а) более подробно объяснить подчинённым суть информации
- б) давать информацию в письменном виде**
- в) обращаться с информацией непосредственно к «низам», а не передавать ее через начальников
- г) информировать в устной форме отдельно каждого подчинённого

18. Выберите правильный вариант ответа:

Принцип, на котором не может быть основано деловое общение, – это... .

- а) доброжелательность
- б) порядочность
- в) тактичность
- г) уважительность
- д) эгоизм**

Задания по дисциплине «Основы теории коммуникации»

19. Косвенное общение – это

- а) общение, в процессе которого буквальный смысл и реальная цель высказывания совпадают;
- б) общение без физического соприсутствия участников
- в) общение, в процессе которого буквальный смысл и реальная цель высказывания не совпадают**
- г) то же самое, что и опосредованное общение

20. Функция передачи знаний – это

- а) социальная функция общения**
- б) индивидуально-психологическая функция общения
- в) социально-психологическая функция общения
- г) биологическая функция общения

21. Функция формирования сознания - это

- а) социальная функция общения
- б) индивидуально-психологическая функция общения**
- в) социально-психологическая функция общения
- г) биологическая функция общения

Задания по дисциплине «Риторика»

22. Выберите правильный вариант ответа:

Какое обращение следует использовать при защите бакалаврской (квалификационной) работы?

- а) Здравствуйте, уважаемый председатель!
- б) Уважаемый председатель! Уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!**
- в) Доброго времени суток, уважаемая аудитория!
- г) Уважаемые коллеги!

23. Выберите правильный вариант ответа:

Какой жанр устного общения НЕ относится к деловой коммуникации?

- а) совещание
- б) деловая беседа
- в) лекция**
- г) переговоры

24. Выберите правильный вариант ответа:

Существует несколько видов публичных выступлений, различающихся по цели. Укажите, какое из них относится к официально-деловому.

- а) информационное публичное выступление
- б) развлекательное публичное выступление
- в) протольно-этикетное публичное выступление**
- г) убеждающее публичное выступление

25. В устном выступлении более предпочтительны:

- а) короткие предложения**
- б) длинные предложения
- в) чередование коротких и длинных предложений
- г) предложения средней длины

Задания по дисциплине «Стилистика»

26. Какую форму общественного сознания обслуживает официально-деловой стиль речи?

- а) политику
- б) искусство
- в) экономику
- г) право**

27. Укажите жанр, который НЕ принадлежит официально-деловому стилю речи

- а) заявление
- б) монография**
- в) приказ
- г) распоряжение
- д) доверенность

27. Одна из основных функций рекламного стиля речи – информационная. Укажите вторую важную функцию данного стиля:

- а) эстетическая
- б) когнитивная
- в) воздействующая**
- г) коммуникативная

28. Какое из высказываний принадлежит официально-деловому стилю речи?

- а) Роняет лес багряный свой убор.
- б) Довожу до вашего сведения, что в селе Егорове вчера горел лес.**
- в) У нас самые низкие цены на лес.
- г) Лес – самый верный помощник в борьбе за урожай.

Задания по дисциплине «Речевая культура устной и письменной коммуникации»

30. Найдите слово с орфографической ошибкой

- а) элегия
- б) прецидент**
- в) контаминация
- г) квинтэссенция
- д) пассионарность
- е) прерогатива

31. Отметьте слово с одной Н

- а) балова...ный ребёнок
- б) вербова...ный офицер
- в) сгуще...ное молоко
- г) гружё...ная дровами машина
- д) непроше...ный гость**

32. Отметьте предложение, в котором правильно расставлены знаки препинания

- а) Нехлюдов взял письмо и, пообещав передать его, встал, и, простившись, вышел на улицу.
- б) Челкаш, оскалив зубы, приподняв голову, огляделся вокруг и, прошептав что-то, снова улёгся.**
- в) Увидев Нехлюдова, он не встав с корточек, глядя снизу-вверх из-под нависших бровей, подал руку.
- г) Корабль наконец пошёл, развив ход и, догнав эскадру, занял место в строю.

33. Отметьте слово с правильным ударением

- а) апокалипсис**
- б) баловать
- в) досуг
- г) каталог
- д) ходатайство

34. Отметьте слово с неправильным ударением

- а) обеспЕчение
- б) новорОжденный**
- в) слиВовой
- г) свЁкла
- д) щавЕль

35. Указать, в каком глаголе прошедшего времени среднего рода ударение падает на окончание

- а) брало
- б) гнало
- в) начало
- г) **пекло**

36. Указать, в каком глаголе прошедшего времени женского рода ударение падает на основу

- а) дала
- б) брала
- в) гнала
- г) врала
- д) **жала**

37. Указать существительное, у которого ударение является неподвижным на основе во всех падежных формах

- а) воры
- б) ломти
- в) **склады**
- г) ферзи

Задание по дисциплине «Современный русский язык»

38. В каких дефинициях представлен неверный (ложный) набор сем?

- а) Пресс-релиз – сообщение для прессы, подготовленное организацией.
- б) Локдаун – строгая изоляция, запретительные меры, связанные с ЧП.
- в) **Саммит – собрание деловых людей, бизнесменов.**
- г) Гаджет – современное портативное устройство, призванное облегчить жизнь человека (например, мобильный телефон).

Открытые задания (тестовые , повышенный уровень сложности)

Задания по дисциплине «Современный русский язык»

1. Вставьте пропущенное прилагательное.

<...> русский язык обслуживает различные сферы человеческой деятельности: политику, экономику, культуру, науку, образование, деловую сферу, законодательство, информационную деятельность, быт.

Ответ: Литературный

2. О каком термине идёт речь (назовите пропущенный термин в им. п.)?

<...> – это закрепление варианта нормы в словарях и справочниках. <...> является важнейшей составляющей для всех книжных стилей речи.

Ответ: кодификация

3. Оформите вступительную часть заявления (поставьте имя и фамилию в родительный падеж).

Работник: Олег Бунчук.

Заявление кого?

Ответ: Олега Бунчука

4. Оформите вступительную часть заявления (поставьте имя и фамилию в родительный падеж).

Работник: Игорь Черных.

Заявление кого?

Ответ: Игоря Черных

Задания по дисциплине «Стилистика»

5. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.
Жанр «распоряжение» относится к <...> стилю речи.
Ответ: официально-деловому

6. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.
Жанр «выпускная квалификационная работа» относится к <...> стилю речи.
Ответ: научному

7. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.
Реквизиты используются в <...> стиле речи.
Ответ: официально-деловом

8. Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.
В предложении "Проверкой установлено, что склад спецодежды нуждается в более лучшем помещении" нарушена <...> норма.
Ответ: грамматическая / морфологическая

Задания по дисциплине «Речевое воздействие»

9. Укажите, какой документ требуется представить, если Вы собираетесь пройти собеседование в порядке конкурсного отбора на какую-либо должность.
Ответ: резюме

10. Жесты, мимика, позы, дистанция, громкость голоса и пр. принадлежат <...> виду общения (речевого воздействия). Вставьте пропущенное прилагательное в нужной форме.
Ответ: невербальному

11. Вставьте пропущенное существительное в нужной форме.
В письменном деловом общении неэтикетным (формальным) считается обращение без <...> к адресату.
Ответ: имени

12. Какие невербальные этикетные формы (формулы) появляются в интернет-коммуникации наряду с элементами традиционного этикета?
Ответ: смайлы / смайлики / эмодзи / эмоджи

13. Суть принципа <...> к собеседнику можно сформулировать следующим образом: «Принимайте собеседника таким, каков он есть». Назовите этот принцип (укажите сущ. в род. п.).
Ответ: терпимости / толерантности

14. «Добивайтесь расположения собеседника, стремитесь понравиться ему» – суть принципа

15. Вставьте краткое причастие в нужной форме.
Официальное общение наименее конфликтно, потому что оно ...
Ответ: регламентировано

Задания по дисциплине «Основы теории коммуникации»

16. Вставьте прилагательное (-ые) в нужной форме.
Деловое общение – это общение, преследующее цели
(предметные и/или информационные цели)
17. Факторы, которые препятствуют осуществлению коммуникации как таковой – это коммуникативные
Вставьте пропущенное сущ. в нужной форме.
Ответ: барьеры.

Задания по дисциплине «Риторика»

18. Лучше запоминается информация в начале и в конце выступления – такова суть закона

Вставьте пропущенное сущ. в нужной форме.

Ответ: края

Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ: ошибка исправлена и названа);
- 2 балла – задача решена частично (ошибка исправлена, но не названа; ошибка названа, но не исправлена или неверно исправлена);
- 0 баллов – задача не решена (ошибка не названа и не исправлена; ошибка неверно названа и не исправлена).

Задания по дисциплине «Стилистика»

1. Какому стилю речи принадлежит следующее высказывание? Объясните свой выбор.

Гроза – атмосферное явление, заключающееся в электрических разрядах между так называемыми кучево-дождевыми (грозовыми) облаками или между облаками и земной поверхностью, а также находящимися на ней предметами. Гроза наблюдается в жаркую погоду при бурной конденсации водяного пара над перегретой сушей, а также в холодных воздушных массах, движущихся на более тёплую подстилающую поверхность.

Ответ: научному стилю; дано научное определение понятия «гроза», раскрывающее физическую сущность явления; использована лексика научного стиля речи, терминологические слова и словосочетания (электрические разряды, кучево-дождевые облака, конденсация водяного пара, воздушные массы и т.п.); глаголы с семантикой бытия (наблюдается; причастия: заключающиеся, находящимися); отсутствие экспрессивных средств и пр.

2. Какому стилю речи принадлежит следующее высказывание? Объясните свой выбор.

Как передаёт наш корреспондент, вчера над Пензенской областью прошла небывалой силы гроза. В ряде мест были повалены телеграфные столбы, порваны провода, с корнем вырваны столетние деревья. Нанесён ущерб и сельскому хозяйству.

Ответ: публицистическому стилю; указание на источник информации (как передаёт наш корреспондент); объективность, документализм; указание на место и время (вчера над Пензенской областью), указание на происшествие (что произошло); использование однородных сказуемых, с помощью которых создаётся картина бедствия (повалены, порваны, вырваны, нанесён ущерб); наличие экспрессивных средств (небывалой силы гроза; с корнем вырваны столетние деревья) и пр.

3. Какому стилю речи принадлежит следующее высказывание? Объясните свой выбор.

Вы почему опаздываете?

- Я? А я завтракала... с Президентом!

- Ну и как?

Вкус плавленого сыра Президент настолько тонкий и нежный, что не следует с ним торопиться.

President. Наслаждайтесь не спеша!

Ответ: рекламному стилю; цель – сделать рекламу сыра «President».

Использование речевой игры (я завтракала с Президентом); название рекламируемого продукта представлено именительным темой, конструкцией, характерной для рекламного слогана.

Задания по дисциплине «Речевое воздействие»

4. Какую коммуникативную роль играет подчинённый в следующей ситуации? Что указывает на эту роль?

В кабинет руководителя входит подчинённый.

- Пётр Иванович, разрешите войти. Мне очень нужен Ваш совет: я сомневаюсь, нужно ли привлекать к проекту Елену Иванову. Боюсь, что она не справится. Что Вы посоветуете?

Ответ: коммуникативная роль «ищущий совета»; подчинённый просит у начальника дать совет, то есть «поднимает» его, указывает на его значительность. Роль «ищущий совета» способствует эффективной коммуникации

5. Вопрос: какая составляющая эффективного делового общения нарушена в следующем диалоге?

Руководитель:

- Мария Ивановна, вы завтра едете в командировку в район.

- Почему я ? У меня много другой работы. И у меня дети. Пошлите другого сотрудника.

- Не обсуждается. Распоряжение подготовлено.

Мария Ивановна едет в командировку, хорошо выполняет задания, но отношения с начальником испорчены.

Ответ: нарушен баланс отношений между партнёрами

6. В какой коммуникативной позиции (по Э. Берну) выступает сотрудник в следующем диалоге? Мотивируйте ответ.

Руководитель: Проект нужно срочно доработать. Мы не успеваем. Прошу вас выйти в субботу.

Сотрудник: Следовало предупредить меня об этом заранее. Такое чувство, что без меня никто ничего не может сделать.

Ответ: родитель; делает выговор, указывает, как нужно поступать в сложившейся ситуации, указывает на свою значимость

7. В какой коммуникативной позиции (по Э. Берну) выступает сотрудник в следующем диалоге? Мотивируйте ответ.

Руководитель: Проект нужно срочно доработать. Мы не успеваем. Прошу вас выйти в субботу.

Сотрудник: Как быть? Что мне делать? Я уже пообещал семье субботний выезд за город.

Ответ: ребёнок; он растерян, не знает, что делать, как поступить, не может принять решение

8. В какой коммуникативной позиции (по Э. Берну) выступает сотрудник в следующем диалоге? Мотивируйте ответ.

Руководитель: Проект нужно срочно доработать. Мы не успеваем. Прошу вас выйти в субботу.

Сотрудник: не возражаю помочь. Но у меня расписаны выходные. Могу задержаться на работе в четверг и пятницу. Вас это устроит?

Ответ: взрослый; спокоен, предлагает варианты выхода из ситуации

9. Какой коммуникативный закон проявляется в следующей ситуации? Объясните его действие.

Студент, подрабатывающий в продажах компьютерной техники, рассказывает, что часто к нему обращаются люди пожилого возраста, которые слабо разбираются в технике, интернете. И вместо привычных для пользователей гаджетов терминов «вкладка», «браузер», «роутер», он использовал понятные общепринятые выражения, например, «новая страница, на плюсики нажмите, чтобы её открыть».

Ответ: закон доверия к простым словам; чем более понятными являются слова для собеседника, тем больше они вызывают доверие: иноязычные, непонятные собеседнику слова раздражают его, делают коммуникацию неэффективной.

10. Назовите три принципа эффективного делового общения.

Ответ: 1) принцип терпимости (толерантности) к собеседнику; 2) принцип благоприятной самоподачи; 3) принцип позитива (минимизации негативной информации).

Задания по дисциплине «Риторика»

11. Какие универсальные этикетные формулы извинения используются в официальной обстановке делового общения?

Ответ: «Приношу свои извинения»; или «Примите мои извинения»; «Прошу меня простить»; или «Простите меня, пожалуйста», «Извините, пожалуйста».

12. Мобильный телефон стал предметом личного обихода, поэтому укажите, что необходимо уточнить у абонента?

Ответ: «Удобно ли Вам сейчас говорить»; или «Есть ли у Вас время для разговора?»; или «Вы можете разговаривать?»

13. Какие местоимения более предпочтительны в публичном выступлении – «мы» или «вы»? Почему?

Ответ: Предпочтительнее местоимение «мы». Оно устанавливает единство с аудиторией.

14. Какой приём повышения убедительности изложения использован в следующем фрагменте: *Учёные утверждают, что кровоснабжение нижней конечности осуществляется наружной подвздошной артерией?*

Ответ: ссылка на авторитетное мнение; этот приём делает высказывание более убедительным, придаёт ему большую достоверность

Задания по дисциплине «Основы теории коммуникации»

15. Представьте себе и проанализируйте в соответствии с предложенными вопросами следующую ситуацию.

Вам звонит подруга и предлагает: «Давай сходим в кино!». «Давай!» - соглашаетесь вы.

Является ли это общение деловым? Почему? Каким является описанное общение по степени официальности?

Ответ: **общение является деловым, т.к. в данном случае преследуется так называемая предметная цель. По степени официальности общение является неофициальным.**

16. Представьте себе следующий диалог:

«Здравствуй, Иван Петрович!» - «Здравствуйте!»

Где в этом диалоге соблюдение коммуникативной нормы, а где – соблюдение коммуникативной традиции?

Ответ: **Приветствие знакомого – это соблюдение коммуникативной нормы; обращение по имени – соблюдение коммуникативной традиции.**

Открытые задания (мини-кейсы, повышенный уровень сложности)

- 10 баллов – задание выполнено верно (получен правильный ответ, понятна логика рассуждения);

- 5 баллов – выполнение задания содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует аргументация;

- 0 баллов – задание не выполнено или выполнено неверно (рассуждения ошибочны, лишены логики, обучающийся демонстрирует незнание материала).

Задания по дисциплине «Речевое воздействие»

1. Начальник вызывает сотрудницу Марию Ивановну и сообщает ей, что она должна поехать в командировку в район.

В ответ слышит:

- Почему я? У меня дети, меня муж не пускает и т.п.

— Это не обсуждается. Я издаю распоряжение, и вы завтра отправляетесь.

Мария Ивановна возвращается из командировки с выполненным заданием, но с начальником напряженные отношения.

Итог: мы наблюдаем реализацию результативной деловой коммуникации.

Как должен был поступить начальник, чтобы коммуникация была эффективной?

Ответ: **начальнику нужно было «поднять» собеседника. Сказать сотруднице, что выбор выпал на неё, потому что лучше её никто не справится с поставленной задачей. (Вариант: начальник обещает выписать премию).**

2. Как реализуется принцип благоприятной самоподачи в деловом общении (назовите не менее трёх правил):

Ответ:

1. Произведите максимально приятное внешнее впечатление.

2. Демонстрируйте уважительную манеру общения.

3. Демонстрируйте собеседнику, что он вам нравится.

4. Говорите собеседнику, что у вас с ним общие интересы, взгляды.

5. Показывайте, что вы «свой».

6. Индивидуализируйте собеседника.

7. Чаще советуйтесь с собеседником.

Задания по дисциплине по дисциплине «Стилистика»

3. Исправьте речевые и стилистические ошибки в тексте делового письма-ответа:

Доброго времени суток!

Благодарим за ваше письмо от 20.... г. и сообщаем, что мы принимаем все условия вашего предложения, кроме сроков исполнения. В этой связи мы хотели бы пригласить вашего представителя, уполномоченного в данный период времени на ведение переговоров, чтобы обсудить с ним вопрос о преysкуранте цен непосредственно при встрече. Если вы не против, просим сообщить обратной почтой о возможности приезда к нам вашего представителя.

Всего хорошего (подпись)

Ответ (примерный вариант правки):

Здравствуйте!

Благодарим за ваше письмо от 20.... г. и сообщаем, что мы принимаем все условия вашего предложения, кроме сроков исполнения. В связи с этим мы хотели бы пригласить вашего представителя, уполномоченного в данный период вести переговоры, чтобы обсудить с ним вопрос о преysкуранте непосредственно при встрече. Просим сообщить обратной почтой о возможности приезда к нам вашего представителя.

С уважением, (подпись)

4. Найдите ошибки в тексте заявления и исправьте их:

*Декану факультета журналистики
ФГБОУ «ВГУ»
Проф. В. В. Тулупову.*

Заявление.

Так как я находилась в больнице последние два месяца, дайте мне академический отпуск из-за плохого состояния моего здоровья. Справку № 45675 выдала поликлиника №5 22.01.21 года.

Студентка 3 курса М. В. Иванова.

Ответ (примерный вариант правки):

*Декану факультета журналистики
ФГБОУ «ВГУ»
проф. В. В. Тулупову
студента 3 к. М. В. Ивановой*

заявление. (вариант: Заявление)

Прошу предоставить академический отпуск с 09.02.21 на основании справки № 45675, выданной поликлиникой № 5 г. Воронежа. Справка прилагается.

23.01.21 г.

М. В. Иванова

Б1. О.03 Иностранный язык

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Choose the correct alternative to complete the tip for making a successful career.

(Выберите правильный вариант совета, как сделать успешную карьеру.)

Understand ... motivates you and be true to yourself.

- a) **what**
- б) that
- в) which

ЗАДАНИЕ 2. Choose the correct alternative to complete the tip for making a successful career.

(Выберите правильный вариант совета, как сделать успешную карьеру.)

Be positive. This ... your chances of promotion.

- a) have
- б) will reduce
- в) **will improve**

ЗАДАНИЕ 3. Choose the correct alternative to complete the tip for making a successful career.

(Выберите правильный вариант совета, как сделать успешную карьеру.)

Remember that social ... can be a great place to get yourself noticed.

- a) **events**
- б) programmes
- в) security

ЗАДАНИЕ 4. Choose the correct alternative to complete the tip for making a successful career.

(Выберите правильный вариант совета, как сделать успешную карьеру.)

Update ... CV – and if you do not have an electronic version, get one.

- a) **your**
- б) his
- в) yours

ЗАДАНИЕ 5. Choose the correct alternative to complete the tip for making a successful career.

(Выберите правильный вариант совета, как сделать успешную карьеру.)

Remember health and family. Opportunities expand when you are ...and healthy.

- a) unhappy
- б) **happy**
- в) gloomy

ЗАДАНИЕ 6. Our life is unthinkable without technologies. Read some ideas about the relationship of different generations with technologies. Choose the correct alternative to fill in the gap.

(Наша жизнь немыслима без технологий. Прочитайте об отношении разных поколений к технологиям. Выберите правильный вариант ответа.)

Modern technology is changing and improving all the time. Every month, scientists ... new gadgets and equipment to help us with our daily lives.

- a) break
- б) **invent**
- в) teach

ЗАДАНИЕ 7. Our life is unthinkable without technologies. Read some ideas about the relationship of different generations with technologies. Choose the correct alternative to fill in the gap.

(Наша жизнь немыслима без технологий. Прочитайте об отношении разных поколений к технологиям. Выберите правильный вариант ответа.)

Scientists try to ... ways to make existing technology faster and better.

- а) carry
- б) go
- в) **discover**

ЗАДАНИЕ 8. Our life is unthinkable without technologies. Read some ideas about the relationship of different generations with technologies. Choose the correct alternative to fill in the gap.

(Наша жизнь немыслима без технологий. Прочитайте об отношении разных поколений к технологиям. Выберите правильный вариант ответа.)

Whereas teenagers have no problem ... a DVD player, their mums and dads and grandparents often find using new technology complicated and difficult.

- а) **operating**
- б) making
- в) doing

ЗАДАНИЕ 9. Our life is unthinkable without technologies. Read some ideas about the relationship of different generations with technologies. Choose the correct alternative to fill in the gap.

(Наша жизнь немыслима без технологий. Прочитайте об отношении разных поколений к технологиям. Выберите правильный вариант ответа.)

If you are a teenager who criticizes your parents for their ... of technological awareness, don't be too hard on them!

- а) chance
- б) **lack**
- в) ability

ЗАДАНИЕ 10. Our life is unthinkable without technologies. Read some ideas about the relationship of different generations with technologies. Choose the correct alternative to fill in the gap.

(Наша жизнь немыслима без технологий. Прочитайте об отношении разных поколений к технологиям. Выберите правильный вариант ответа.)

Some time in the future, when you've got children of your own, your ability to deal with new technology will probably ... and your children will feel more comfortable with new technology than you do.

- а) **decrease**
- б) improve
- в) enhance

ЗАДАНИЕ 11. Match the sentences from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Good morning, everyone! I'm Maria Ivanova, a second-year student of AMM faculty. Today I'm going to talk about....

- а) **Introduction**
- б) The main part
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 12. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Let's now move on to my next point....

- a) Introduction
- б) The main part**
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 13. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Now I'd like to focus your attention on...

- a) Introduction
- б) The main part**
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 14. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Now I'll be happy to answer any questions you may have.

- a) Introduction
- б) The main part
- в) Conclusion**

ЗАДАНИЕ 15. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

I've divided my presentation into three parts...

- а) Introduction**
- б) The main part
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 16. Match the sentences from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Let me just start by introducing myself. My name is...

- а) Introduction**
- б) The main part
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 17. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Well, that brings me to the end of my presentation.

- a) Introduction
- б) The main part
- в) Conclusion**

ЗАДАНИЕ 18. Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Let's now look at the next slide which shows....

- a) Introduction
- б) The main part**
- в) Conclusion

ЗАДАНИЕ 19. Read the text below and choose the sentence which best summarizes its main idea.

(Прочитайте текст и выберите предложение, которое наиболее точно выражает основную идею текста.)

My cousin loves watches. He is so passionate about collecting watches. In fact, five years ago he quit his day job as a lawyer and became the managing director of New York's "Antiquorum", the largest watch auction house in the world. Now, immersed in watches, my cousin can keep an eager eye on rare timepieces as they become available to add to his constantly evolving personal collection.

- a) Sometimes we need to travel to enjoy our hobby.
- б) Hobbies can sometimes change one's life.**
- в) Hobbies can be the result of pure chance.
- г) It is not easy to focus on one hobby.

ЗАДАНИЕ 20. Read the text below and choose the sentence which best summarizes its main idea.

(Прочитайте текст и выберите предложение, которое наиболее точно выражает основную идею текста.)

My friend and I collect and buy each other models of frogs. It all started as a silly joke at the office party, but now we are serious collectors. Our models of frogs are fantastic and unusual. They are made from wood, glass, plastic, clay, porcelain and even soap and wax. Now I am trying to find an interesting one for my friend's birthday but it is not easy as she has a remarkable collection.

- a) Sometimes we need to travel to enjoy our hobby.
- б) Hobbies can sometimes change one's life.
- в) Hobbies can be the result of pure chance.**
- г) It is not easy to focus on one hobby.

ЗАДАНИЕ 21. Read the text below and choose the sentence which best summarizes its main idea.

(Прочитайте текст и выберите предложение, которое наиболее точно выражает основную идею текста.)

I wish I had a hobby. I like everything but I am not really fascinated by anything in particular. My dad drives a taxi. He says all the drivers have hobbies as they often get hours of waiting between jobs. Some play chess, or learn languages or teach themselves how to play the guitar. I would like to have something like that. I hope one day I'll find something really distracting.

- a) Sometimes we need to travel to enjoy our hobby.
- б) Hobbies can sometimes change one's life.
- в) Hobbies can be the result of pure chance.
- г) It is not easy to focus on one hobby.**

ЗАДАНИЕ 22. Read the text below and choose the sentence which best summarizes its main idea.

(Прочитайте текст и выберите предложение, которое наиболее точно выражает основную идею текста.)

Most people think fishermen are mad. They get up very early to be by a lake or a river bank. Don't forget about the weather. But, to tell you the truth, my brother finds fishing the perfect way to deal with his stress. He says when he is fishing it is as if his mind gradually empties. Coming back home he feels as if he has been away for months.

- a) Sometimes we need to travel to enjoy our hobby.
- б) Hobbies can be the result of pure chance.
- в) It is not easy to focus on one hobby.
- г) Some hobbies are a form of escape.**

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'When did you see David?'

'While I ... (wait) at the bus stop yesterday morning.'

Ответ: was waiting

ЗАДАНИЕ 2. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'How was your holiday?'

'Not great. We ... (have) a lot of problems with the hotel.'

Ответ: had

ЗАДАНИЕ 3. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Where did the boss go last week?'

'He ... (go) to a new branch of the company in the Far East.'

Ответ: went

ЗАДАНИЕ 4. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'How long have you known Dave?'

'We ... (be) friends since we went to school.'

Ответ: have been

ЗАДАНИЕ 5. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'What is Anna doing?'

'She ... (write) a report.'

Ответ: is writing

ЗАДАНИЕ 6. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Anna is very good at her job, isn't she?'

'Yes. She ... (have) a lot of experience.'

Ответ: has

ЗАДАНИЕ 7. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'When I was young, I always dreamed of becoming a scientist. And you?'

'When I was at school I ... (decide) to study engineering and invent a new engine.'

Ответ: decided

ЗАДАНИЕ 8. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'It is quite difficult for me to understand how to test this machine.'

'If you don't understand, I ... (show) you.'

Ответ: will show

ЗАДАНИЕ 9. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Are you planning to go anywhere on holiday this year?'

'Yes, I think I ... (visit) my relatives in Spain.'

Ответ: will visit

ЗАДАНИЕ 10. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'What time does Dave start work?'

'He usually ... (start) work at 9 o'clock in the morning.'

Ответ: starts

ЗАДАНИЕ 11. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Did you give Mark a message?'

'No, but when I ... (see) him, I will tell him the news.'

Ответ: see

ЗАДАНИЕ 12. Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора между двумя коллегами и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'What are you doing?'

'We ... (make) plans for our summer holidays right now.'

Ответ: are making

ЗАДАНИЕ 13. Your friend is going on a business trip to another country. Write the following words in the correct order to give him or her some useful tips. The first word of the sentence begins with the capital letter. Mind the spelling.

(Ваш друг собирается в деловую поездку в другую страну. Напишите слова в правильном порядке, чтобы дать совет другу. Первое слово предложения начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием.)

passport an international Apply for advance in

Ответ: Apply for an international passport in advance

ЗАДАНИЕ 14. Your friend is going on a business trip to another country. Write the following words in the correct order to give him or her some useful tips. The first word of the sentence begins with the capital letter. Mind the spelling.

(Ваш друг собирается в деловую поездку в другую страну. Напишите слова в правильном порядке, чтобы дать совет другу. Первое слово предложения начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием.)

phrases Learn to feel in English some comfortable more

Ответ: Learn some phrases in English to feel more comfortable

ЗАДАНИЕ 15. Your friend is going on a business trip to another country. Write the following words in the correct order to give him or her some useful tips. The first word of the sentence begins with the capital letter. Mind the spelling.

(Ваш друг собирается в деловую поездку в другую страну. Напишите слова в правильном порядке, чтобы дать совет другу. Первое слово предложения начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием.)

Make overseas you access sure your can money

Ответ: Make sure you can access your money

ЗАДАНИЕ 16. Your friend is going on a business trip to another country. Write the following words in the correct order to give him or her some useful tips. The first word of the sentence begins with the capital letter. Mind the spelling.

(Ваш друг собирается в деловую поездку в другую страну. Напишите слова в правильном порядке, чтобы дать совет другу. Первое слово предложения начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием.)

time is ideal flights to The book cheap 180 days

Ответ: The ideal time to book cheap flights is 180 days

ЗАДАНИЕ 17. Your friend is going on a business trip to another country. Write the following words in the correct order to give him or her some useful tips. The first word of the sentence begins with the capital letter. Mind the spelling.

(Ваш друг собирается в деловую поездку в другую страну. Напишите слова в правильном порядке, чтобы дать совет другу. Первое слово предложения начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием.)

yourself to get time over jet Give lag

Ответ: Give yourself time to get over jet lag

ЗАДАНИЕ 18. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

networks do What social use you ?

Ответ: What social networks do you use?

ЗАДАНИЕ 19. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

you your Do personal have website ?

Ответ: Do you have your personal website?

ЗАДАНИЕ 20. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

What know languages you foreign do ?

Ответ: What foreign languages do you know?

ЗАДАНИЕ 21. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

be data protect What done to might private ?

Ответ: What might be done to protect private data?

ЗАДАНИЕ 22. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

sports What think of do you team ?

Ответ: What do you think of team sports?

ЗАДАНИЕ 23. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

What to of music you kind listen do ?

Ответ: What kind of music do you listen to?

ЗАДАНИЕ 24. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

do sports you watching like What ?

Ответ: What sports do you like watching?

ЗАДАНИЕ 25. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

Which to have in Russia places you been ?

Ответ: Which places in Russia have you been to?

ЗАДАНИЕ 26. Communication with your colleagues supposes discussing not only work issues, but also talking about everyday activities. Write the following words in the correct order to make questions you may ask him or her. The first word of the question begins with the capital letter. Mind the spelling and do not forget to put a question mark.

(Общение с вашими коллегами предполагает обсуждение не только рабочих вопросов, но и разговоры о повседневной деятельности. Напишите следующие

слова в правильном порядке, чтобы задать вопрос коллеге. Первое слово вопроса начинается с заглавной буквы. Следите за правописанием и не забудьте поставить вопросительный знак.)

How gym you often go to do the ?

Ответ: How often do you go to the gym?

3) открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

Online education is not for everyone. On the one hand, online education offers flexibility for people who have work or family responsibilities outside of school. Often, students enrolled in online education programs are able to work at their own pace. Online education programs may also be cheaper than traditional programs.

On the other hand, online education has its cons. Students involved in online education often complain that they miss the direct, face-to-face interaction found on traditional campuses. Since coursework is generally self-directed, it is difficult for some online education students to stay engaged and complete their assignments on time.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Примеры ответа:

1) The main idea of the text is to give the reader some information on online education, its advantages and disadvantages.

2) This text is about online education, its pros and cons.

ЗАДАНИЕ 2. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

Simulating reality games are very popular. The Sims, Sim City and MS Flight Simulator are now some of the most popular video games among teenagers. But we do not only use computer simulations for fun. There are many things that we cannot study or test in real life, because it is too difficult or dangerous. Computer simulations make such study and testing possible. Pilots can practice their skills before they enter the cockpit by using flight simulators. Engineers also use computer simulation to design and test new products before people start using them. Thanks to computer simulators, we can develop and test new things without putting people's lives at risk.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;

- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Примеры ответа:

- 1) This text deals with computer simulations. The author describes different areas of life where computer simulations can be used.
- 2) The text focuses on describing various ways of using computer simulations in our life.

ЗАДАНИЕ 3. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling. (Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

Genealogy, the study of family history, is certainly nothing new. Family trees have been used for thousands of years, often to demonstrate our rights to wealth and power. But the rise of the Internet has made it much more popular than ever before.

According to some sources, genealogy is now one of the most popular topics on the Internet. Modern genealogists have a huge amount of information available online, and are able to connect with people from all around the world. One popular ancestry website provides access to approximately sixteen billion historical records. Its two million subscribers have added 200 million photographs, documents and stories to connect with 70 million family trees.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Примеры ответа:

- 1) This text is about genealogy, the study of family history. The author says that the Internet has made it more popular than ever before.
- 2) The text focuses on genealogy, the study of family history, and its special popularity nowadays as the Internet makes a huge amount of information available online.

ЗАДАНИЕ 4. Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling. (Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

Sport plays a large role in many people's lives. It plays a positive role in uniting people from different social backgrounds in support of their favourite team. This make people understand and be tolerant towards each other.

Sport is an important part of every child's schooling as it plays a big role in both their physical and mental development. It teaches children how to work as part of a team and cooperate with others, while at the same time improving physical condition. In addition, sport not only helps them to become strong and develop physically but also makes them more organized and better disciplined in their daily activities.

Критерии оценивания:

- Задание выполнено верно: главная идея текста выражена правильно, допускается не более двух негрубых лексико-грамматических ошибок и/или не более двух орфографических ошибок;
- Выполнение задания содержит незначительные ошибки: главная идея текста выражена в целом правильно, допускается не более четырех лексико-грамматических ошибок и/или не более четырех орфографических ошибок;
- Задание не выполнено или выполнено неверно: главная идея текста выражена неверно, понимание главной идеи текста затруднено из-за множества лексико-грамматических и орфографических ошибок.

Примеры ответа:

1) This text is about sport and its big role in people's and especially children's lives. It is said that sport helps children to become stronger, more organized and better disciplined in their daily activities.

2) The main idea of the text is to show a large role of sport in people's lives and especially in child's schooling.

Универсальная компетенция УК-5

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально -историческом, этическом и философском контекстах

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.36 Основы российской государственности (1 семестр)

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история) (2 семестр)

Б1.В.22 История рекламы и связей с общественностью (2 семестр)

Б1.О.01 Философия (4 семестр)

Б1.В.01 Культурология (7 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

Б1.В.01 Культурология (7 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Культурология – дисциплина, изучающая

а) механизмы функционирование культуры

б) закономерности развития социума

в) политическую деятельность и политическую мысль

г) литературное творчество

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Когда сформировалась культурология как наука?

а) в эпоху античности

б) в средние века

в) в первой трети 18 века

г) в середине 20 века

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Вера в существование духа, души у каждой вещи и явления –

а) **анимизм**

б) фетишизм

в) мантика

г) тотемизм

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Какое понятие соответствует индийской культуре?

а) калокагатия

б) нирвана

в) гуманизм

г) антропоцентризм

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Принцип недеяния в Древнем Китае предполагал

а) отказ от работы

б) невмешательство в дела соседнего государства

в) созерцательный образ жизни

г) подчинение собственных интересов интересам государства

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно учению китайского философа Конфуция, государство должно быть устроено по образцу... .

- а) войска
- б) механизма
- в) семьи**
- г) организма

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

«Идеальный муж должен быть образованным и чтить ритуал».

Какому учению Древнего Китая соответствует это утверждение?

- а) Даосизму
- б) Конфуцианству**
- в) Легизму
- г) Чань-буддизму

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Какой культуре свойственно преобладание этики над религией?

- а) индийской
- б) китайской**
- в) греческой
- г) римской

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Человек – мера всех вещей – принцип ... культуры.

- а) китайской
- б) индийской
- в) греческой**
- г) средневековой

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

В какой культуре боги антропоморфны?

- а) китайской
- б) индийской
- в) греческой**
- г) римской

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Представление о Чистилище свойственно

- а) буддизму
- б) католицизму**
- в) протестантизму
- г) православию

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Первые университеты появляются в

- а) античности
- б) средние века**
- в) возрождение
- г) новое время

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Какое утверждение соответствует культуре средних веков?

- а) Искусство занимает приоритетное положение среди других видов духовной деятельности: богословия, философии
- б) Художник стремился следовать канону, согласно которому человека должно изображать как существо совершенное духовно и физически
- в) В системе ценностей человека на первом месте стояло служение богу, сопряженное с личными жертвами**
- г) В системе ценностей человека на первом месте стояла защита интересов личности

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:
Какую страну можно назвать родиной Возрождения?

- а) Францию
- б) Германию
- в) Нидерландов
- г) Италию**

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:
Мировоззренческий принцип культуры Возрождения –

- а) синкретизм
- б) космизм
- в) теоцентризм
- г) антропоцентризм**

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:
Личность буржуазного типа начала формироваться благодаря влиянию

- а) буддизма
- б) православия
- в) католицизма**
- г) протестантизма**

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:
Рационализм как философское основание культуры – свойство

- а) первобытной культуры
- б) средних веков
- в) Возрождения
- г) Нового времени**

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:
Образование должно стать доступным всем слоям общества считали

- а) легисты
- б) просветители**
- в) буддисты
- г) эллины

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:
Просвещение – это идеология какой эпохи?

- а) античности
- б) средневековья
- в) Нового времени**
- г) Новейшего времени

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:
Свойство современной культуры –

- а) массовое общество**
- б) рационализм как философское основание культуры

- в) антропоцентризм
- г) теоцентризм

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:
Каковы критерии прогресса в современном обществе?

- а) научно-технические революции
- б) рост объема информации и ускорение ее обработки за единицу времени**
- в) интенсивность художественных исканий в искусстве
- г) рост промышленного производства

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:
Свойства сознания современного массового человека –

- а) эклектичность и пестрота картины мира**
- б) синкретизм
- в) антропоцентризм
- г) рационализм

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:
Культурология – это

- а) наука о закономерностях развития общества
- б) рационально-теоретическое мировоззрение, акцентирующее внимание на общих вопросах бытия
- в) наука о связях и взаимодействиях больших социальных групп
- г) наука о сущности, закономерностях существования и развития культуры**

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:
К духовной культуре относится следующая форма:

- а) нравственность**
- б) экономика
- в) право
- г) политика

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:
Социализация – это

- а) процесс освоения человеком норм и правил общества, в котором он живёт**
- б) принуждение человека следовать правилам, одобряемым большинством
- в) процесс школьного обучения
- г) копирование чужого удачного жизненного опыта

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:
В эпоху Просвещения французские авторы понимали культуру как

- а) всё, что создано человеком**
- б) способ общественной организации
- в) уровень развития экономики
- г) рефлексию человека о мире и самом себе

ЗАДАНИЕ 27. Европа в конце XIX века достигла высокого уровня развития цивилизации, но снизила уровень культуры. Укажите, кто из мыслителей так считал.

- а) М. Ломоносов
- б) Вольтер
- в) Ж-Ж. Руссо
- г) О. Шпенглер**

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

На каком принципе базируется межкультурное взаимодействие?

- а) культура каждого народа обладает ценностью**
- б) в ценностной иерархии культура своего народа выше других культур
- в) ценность европейских культур выше, чем азиатских
- г) неевропейские культуры недостаточно развиты и нуждаются в контроле и управлении со стороны европейцев

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

Будда считал, что жизнь – это

- а) блаженство
- б) страдание**
- в) борьбу
- г) познание

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

С точки зрения древнегреческого воспитания, идеалом для человека является

- а) физическая сила и ловкость
- б) преобладание умственного развития над физическим
- в) гармония физического и умственного совершенства**
- г) умение всегда настаивать на своем

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильный вариант ответа:

Независимый торговый город-государство в античной Греции назывался

- а) симмахия
- б) полис**
- в) бург
- г) ном

ЗАДАНИЕ 32. Выберите правильный вариант ответа:

Средневековый принцип теоцентризма означает, что центром и высшей ценностью мира является

- а) человек
- б) государство
- в) мудрость
- г) Бог**

ЗАДАНИЕ 33. Выберите правильный вариант ответа:

Первые университеты в Западной Европе, возникали, как правило, на базе

- а) придворной школы
- б) общества бродячих философов-теологов
- в) монастырской школы**
- г) сохранившегося с античных времён учебного заведения

ЗАДАНИЕ 34. Выберите правильный вариант ответа:

Разрешается ли католическому духовенству вступать в брак?

- а) ни при каких обстоятельствах**
- б) только с личного разрешения Папы Римского
- в) только с разрешения светских властей
- г) только один раз

ЗАДАНИЕ 35. Выберите правильный вариант ответа:

Какому учению Древнего Китая присущ принцип недеяния?

- а) легизм
- б) буддизм**

- в) даосизм**
- г) конфуцианство

ЗАДАНИЕ 36. Выберите правильный вариант ответа:
Какая религия относится к мировым религиям?

- а) Индуизм
- б) Конфуцианство
- в) Буддизм**
- г) Даосизм

ЗАДАНИЕ 37. Выберите правильный вариант ответа:
Рыцарская культура средних веков характеризовалась ...

- а) культом прекрасной дамы**
- б) культом трудолюбия и богатства
- в) культом знаний и наук
- г) гуманизмом

ЗАДАНИЕ 38. Выберите правильный вариант ответа:
Титанизм как одна из характеристик эпохи свойственна ...

- а) средним векам
- б) античности
- в) Возрождению**
- г) Новому времени

ЗАДАНИЕ 39. Выберите правильный вариант ответа:
Без какого навыка невозможно эффективное межкультурное взаимодействие?

- а) уважение ценностей и традиций культуры другого народа**
- б) идеи доминирования своей национальной культуры над другими
- в) идеи неравномерного развития культур разных народов
- г) идеи культурного приоритета наиболее развитых в экономике стран над развивающимися

ЗАДАНИЕ 40. Выберите правильный вариант ответа:
Что затрудняет эффективность межкультурного взаимодействия?

- а) знание культуры своей страны
- б) уважение системы ценностей другого народа
- в) недостаток знаний ценностей и традиций культуры другого народа**
- г) признание равноценности культур разных народов

открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.01 Культурология (7 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. В какой культуре представления о красоте базировались на триединстве меры, симметрии, гармонии?

Ответ: В античной

ЗАДАНИЕ 2. Каким понятием древние греки определяли идеал совершенного человека, гармонично сочетающего в себе творческое начало, физическую красоту и интеллект?

Ответ: Калокагатия

ЗАДАНИЕ 3. В какой культуре категории красоты и совершенства мыслились как свойство Града Божьего?

Ответ: В средневековой

ЗАДАНИЕ 4. В культуре какой эпохи сформировался мировоззренческий принцип антропоцентризма?

Ответ: В Возрождении

ЗАДАНИЕ 5. В искусстве какой эпохи был открыт закон прямой и свето-воздушной перспективы?

Ответ: В Возрождение

ЗАДАНИЕ 6. Какое направление христианства возникло в результате Реформации?

Ответ: Протестантизм

ЗАДАНИЕ 7. В культуре какого исторического периода размыта граница между элитарным и массовым искусством?

Ответ: В Новейшее время / в современности

ЗАДАНИЕ 8. Какому историческому периоду соответствует данный тезис:

Культура Европы высоко развита, неевропейские страны в культурном отношении дикие, недоразвитые.

Ответ: Новое время / 18-19 вв.

ЗАДАНИЕ 9. Какая религия утверждает, что нет богоизбранных народов, перед лицом бога равны и эллины, и варвары?

Ответ: Христианство

ЗАДАНИЕ 10. Какая религия утверждает, что смысл жизни человека – выйти из колеса перерождений, прекратить путь страданий?

Ответ: Буддизм

ЗАДАНИЕ 11. Какая ветвь христианства запрещает священнослужителям вступать в брак?

Ответ: Католицизм

открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

Б1.В.01 Культурология (7 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Определить, какой религиозно-философской школе Востока принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Учитель в Древней Индии сказал однажды: «Дурно управляемые страсти и чувства, подобно необъезженному коню, прорываются наружу и в этом мире навлекают на нас несчастья, а в потустороннем – постоянные страдания. Чувства приводят нас, подобно дикому коню, к верной гибели; посему мудрый и осторожный человек не дает свободы своим чувствам. В действительности эти чувства есть наши величайшие враги, причина несчастий, так как люди, привязываясь к чувственным предметам, навлекают на себя все страдания. Если ты искоренишь в себе всякое стремление к временному, телесному, если угасишь в себе страсти, все земное, то не будет такой силы, которая могла бы причинить тебе смерть».

Ответ: Буддизм. В тексте содержатся основные тезисы буддизма: жизнь есть страдание, источник страдания – наши желания. Чтобы избавиться от страдания, надо избавиться от желаний.

ЗАДАНИЕ 2. Определить, какой религиозно-философской школе Востока принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Однажды правитель Древнего Китая спросил Учителя, как управлять народом. Учитель ответил: «Если руководить народом посредством добродетели и поддерживать порядок при помощи ритуала, то народ будет знать стыд и

исправится. Управлять народом, не прибегая к ритуалу, все равно что пахать без сохи».

Ответ: Конфуцианство. В тексте содержатся основные тезисы конфуцианства: апелляция к морали, соблюдение ритуала для самосовершенствования человека и народа.

ЗАДАНИЕ 3. Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Возрождение) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Бегущие дни – надежнейшие свидетели: человек о богах должен говорить только доброе, и на нем не будет вины.

Ответ: Античность. В тексте утверждается многобожие (политеизм), декларируется подчинение людей богам как принцип мироустройства.

ЗАДАНИЕ 4. Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Возрождение) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

В конце дней творения создал Бог человека, чтобы он познал законы Вселенной, научился любить ее красоту, дивиться ее величию.

«Я, - говорил Творец Адаму, - не прикрепил тебя к определенному месту, не обязал определенным делом, не сковал необходимостью, чтобы ты сам, по собственному желанию избрал место, дело и цель, какие ты свободно пожелаешь, и владел ими.

Посреди мира поставил я тебя, чтобы тебе легче было проникнуть взором в окружающее. Я создал тебя существом не небесным, но и не только земным, не смертным, но и не бессмертным, чтобы ты, чуждый стеснений, сам себе делался творцом, сам выковал свой образ. Тебе дана возможность упасть до степени животного, но также и возможность подняться до степени существа богоподобного исключительно благодаря твоей внутренней воле».

Ответ: Возрождение. В тексте представлен основной мировоззренческий принцип данной культуры – антропоцентризм, согласно которому человек богоподобен, разумен, свободен в нравственном выборе, обладает творческим даром.

ЗАДАНИЕ 5. Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Новое время) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Учитесь мыслить вы, затем уже писать.

Идет за мыслью речь; яснее иль темнее

И фраза строится по образцу идеи.

Что ясно понято, то ясно прозвучит,

И слово точное немедля набежит.

Ответ: Новое время. В тексте обосновывается рационализм как мировоззренческий метод художественного текста.

ЗАДАНИЕ 6. Определите, какому учению Древнего Китая принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Китайский философ утверждал: «Жизнь — серия естественных и спонтанных изменений. Не сопротивляйся им; это не приведет ни к чему хорошему. Позволь действительности быть действительностью. Позволь всему течь своим чередом».

Ответ: Даосизм. В тексте утверждается принцип недеяния.

ЗАДАНИЕ 7. Определите, какому учению Древнего Китая принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Учитель сказал однажды: «Относись ко всем с добром и уважением, даже к тем, кто с тобой груб, не потому что они достойные люди, а потому что ты — достойный человек».

Ответ: Конфуцианство. В тексте представлен идеал благородного мужа, одно из качеств которого – гуманизм.

ЗАДАНИЕ 8. Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Возрождение) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Шуты, жонглеры – сыновья Иуды –

Болтали вздор, ломали дурака.

Однако ж, как и всем, в поту трудиться

У них вполне достало бы ума.

Про них сказал еще апостол Павел,

Что сквернослов – угодник сатаны.

Ответ: Средневековье. Осуждаются шуты и жонглеры как бездельники и сквернословы.

ЗАДАНИЕ 9. Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Возрождение) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Я хотел бы иметь право сказать, что вполне был чужд плотских страстей, но, сказав так, я солгал бы. Однако скажу уверенно, что, хотя пыл молодости и темперамент увлекал меня к этой низости, в душе я всегда проклинал ее. Приближаясь к сороковому году, когда было во мне жара и сил довольно, я совершенно отрешился не только от мерзкого этого дела, но и от всякого воспоминания о нем, так, как если бы никогда не глядел на женщину. И считаю это едва ли не величайшим моим счастьем и благодарю господа, который избавил меня, еще во цвете здоровья и сил, от столь презренного и ненавистного мне рабства.

Ответ: Средневековье. Осуждается плотское влечение к женщине как грех.

ЗАДАНИЕ 10. Определите, какому историческому времени (античность, средневековье, Возрождение, 20 вв.) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ:

Согласного судьба ведёт, несогласного тащит насильно

Ответ: Античность. В тексте продекларировано всесилие судьбы (принцип фатализма).

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Что являлось основой политической системы Древней Греции?

а) номы

б) фемы

в) коммуны

г) **полисы**

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

К какому веку относится появление в славянских землях норманнов во главе с Рюриком?

а) XI век

б) X век

в) **IX век**

г) XII век

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Ключевым принципом функционирования средневекового общества в Западной Европе был принцип

а) вассалитета

б) верховенства права

в) веротерпимости

г) демократического централизма

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Когда впервые состоялся созыв Земского собора в России?

а) XVI век

б) XII век

в) XV век

г) XVII век

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

В европейской экономике XVI-XVII веков произошла

а) промышленная революция

б) натурализация хозяйства

в) «революция цен»

г) индустриализация

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из перечисленных городов был в XVII веке центром российской морской торговли со странами Западной Европы?

а) Рига

б) Кронштадт

в) Мурманск

г) Архангельск

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Противником России, в ходе Северной войны была

а) Польша

б) Швеция

в) Пруссия

г) Дания

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

«Верховный тайный совет» играл определяющую роль в политической жизни России при

а) Павле I

б) Петре II

в) Екатерине II

г) Петре III

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

В число «просветителей», в европейской истории XVIII века, входил

а) Ж.-Ж. Руссо

б) Н. Макиавелли

в) Б. Спиноза

г) Ф. Аквинский

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Что из перечисленного было характерно для славянофилов в России XIX века?

а) идеализация истории допетровской Руси

б) идеализация капиталистического общества

в) стремление к возрождению старообрядчества

г) стремление к возрождению традиционных языческих культов

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

В какой стране к середине XIX века завершился промышленный переворот?

а) Германия

б) Россия

в) Англия

г) Франция

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Какая из перечисленных реформ произошла в России в 1860-1870-х годах?

а) Столыпинская аграрная реформа

б) земская реформа

в) учреждение первых министерств

г) секуляризация церковных земель

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Декрет о земле, принятый на II Всероссийском съезде Советов отменял

а) крестьянскую общину

б) продразвёрстку

в) крепостное право

г) право частной собственности на землю

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Кто в годы гражданской войны возглавлял в России Добровольческую армию?

а) Деникин А.И.

б) Брусилов А.А.

в) Каменев С.С.

г) Власов А.А.

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Продовольственная диктатура, введенная в годы «военного коммунизма» предусматривала

а) принудительное изъятие излишков сельхозпродукции

б) создание колхозов

в) введение натурального сельскохозяйственного налога

г) ликвидацию помещичьих хозяйств

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

В каком году в Италии установился Фашистский режим?

а) 1922 г.

б) 1939 г.

в) 1914 г.

г) 1936 г.

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

В каком году была принята первая Конституция Советского Союза?

а) 1922 г.

б) 1924 г.

в) 1918 г.

г) 1936 г.

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Какое положение из названных характеризует новую экономическую политику?

- а) **разрешение иностранных концессий**
- б) введение всеобщей трудовой повинности
- в) отмена частной собственности на землю
- г) установление продовольственной диктатуры

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Что стало одной из причин свёртывания НЭПа?

- а) падение уровня жизни людей, по сравнению с периодом осуществления политики «военного коммунизма»
- б) **несоответствие НЭПа идеологическим установкам большевиков**
- в) невозможность создания колхозов в условиях НЭПа
- г) массовые крестьянские выступления с требованиями проведения сплошной коллективизации

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Крупнейшей стройкой первых пятилеток было

- а) строительство Транссиба
- б) освоение Донбасса
- в) **строительство Днепрогэса**
- г) строительство Байконура

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Благодаря советско-германскому договору от 1939 года в состав СССР вошла

- а) Украина
- б) Болгария
- в) **Прибалтика**
- г) Чехословакия

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Главным вопросом Мюнхенской конференции 1938 года стал вопрос о

- а) ненападении, между Чехословакией и Германией
- б) **передаче Судетской области Германии**
- в) объединении Австрии и Германии
- г) заключении «Антикоминтерновского пакта»

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

В 1941 году немецкие войска были

- а) разгромлены под Смоленском
- б) окружены в Сталинграде
- в) **разгромлены под Москвой**
- г) разбиты в Ленинграде

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

В конце 40-х – начале 50-х преследовали «безродных космополитов» обвиняя людей в ...

- а) коррупции
- б) нелегальном пересечении границы
- в) хищении государственного имущества
- г) **преклонении перед Западом**

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Что из нижеперечисленного связано с понятием «десталинизация»?

- а) борьба с диссидентами
- б) **реабилитация политических заключённых**

- в) разрешение многопартийности
- г) созыв съезда народных депутатов

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из приведенных событий произошло позже остальных?

- а) Карибский кризис
- б) ввод советских войск в Афганистан**
- в) ввод советских войск в Венгрию
- г) создание НАТО

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

Кого в Советском Союзе называли диссидентами?

- а) злостных прогульщиков
- б) агентов иностранной разведки
- в) борцов с «космополитизмом»
- г) борцов с существующим строем**

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно решению XIX конференции КПСС высшим органом государственной власти в СССР становился

- а) Съезд народных депутатов СССР**
- б) Совет Министров СССР
- в) Государственная Дума СССР
- г) Федеральное собрание

ЗАДАНИЕ 29. Укажите, что из перечисленного относится к реформам правительства Ельцина — Гайдара начала 1990-х гг.:

- а) начало деятельности Съезда народных депутатов
- б) ваучерная приватизация**
- в) реализация национальных проектов в социальной сфере и экономике
- г) образование Государственного совета Российской Федерации

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

В соответствии с Конституцией Российской Федерации 1993 года высшим законодательным органом государственной власти стал двухпалатный парламент, получивший название

- а) Верховный Совет
- б) Федеральное собрание**
- в) Национальная ассамблея
- г) Народное собрание

ЗАДАНИЕ 31. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) приход Рюрика на славянские земли
- б) образование древнерусского государства
- в) принятие христианства на Руси
- г) Любический княжеский съезд

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом

порядке.

ЗАДАНИЕ 32. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) Битва при Калке
- б) Ледовое побоище
- в) Куликовская битва
- г) Стояние на Угре

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 33. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) создание империи Карла Великого
- б) раскол христианской церкви на католическую и православную
- в) первый «крестовый поход»
- г) «столетняя» война между Англией и Францией

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 34. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) царствование Бориса Годунова
- б) правление Василия Шуйского
- в) семибоярщина
- г) создание второго ополчения

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 35. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) захват Константинополя турками-османами
- б) открытие Х. Колумбом американского континента
- в) начало Реформации в Европе
- г) ликвидация абсолютизма в Англии

Варианты для выбора:

- а
- б

- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 36. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) Поход русской армии В.В.Голицина на Крым
- б) Взятие Азова
- в) Поражение под Нарвой
- г) Полтавская битва

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 37. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) создание приказов
- б) создание коллегий
- в) создание министерств
- г) создание Государственной Думы

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 38. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) создание «Священного союза»
- б) гражданская война в США
- в) создание Германской империи
- г) создание Антанты

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 39. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) Крымская война
- б) русско-японская война
- в) назначение П.А. Столыпина на пост премьер-министра
- г) начало I мировой войны

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 40. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) Падение монархии в России
- б) «Корниловский мятеж»
- в) II съезд Советов
- г) Открытие Учредительного собрания

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 41. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) II съезд Советов
- б) Брестский мир
- в) Принятие первой Конституции РСФСР
- г) Введение НЭПа

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 42. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) назначение А. Гитлера канцлером Германии
- б) выход Германии и Италии из Лиги Наций
- в) объединение (аншлюс) Германии и Австрии
- г) заключение Мюнхенского договора

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 43. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) Московское сражение

- б) Сталинградская битва
- в) Курская битва
- г) Висло-Одерская операция

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 44. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) создание НАТО
- б) создание ОВД
- в) Карибский кризис
- г) ввод советских войск в Афганистан

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 45. Расположите события в хронологическом порядке:

- а) выборы президента РСФСР
- б) попытка захвата власти ГКЧП
- в) образование СНГ
- г) принятие Конституции России

Варианты для выбора:

- а
- б
- в
- г

* В формулировке вопроса события расположены в верном хронологическом порядке.

ЗАДАНИЕ 46. Установите связи между событиями и историческим персонами:

- Любический княжеский съезд
- восстание древлян
- создание системы престолонаследия
- захват Киева
- строительство белокаменного Кремля

Варианты для выбора:

- князь Владимир «Мономах»
- князь Игорь «Старый»
- князь Ярослав «Мудрый»
- князь Юрий «Долгорукий»
- нет среди приведенных

* варианты для выбора приведены в порядке указания событий.

ЗАДАНИЕ 47. Установите связи между событиями и историческим персонами:

- поход Лжедмитрия I на Москву
- «стояние» на р. Угре
- Куликовская битва
- Ливонская война
- восстание под предводительством К. Булавина

Варианты для выбора:

- Борис Годунов
- Иван III
- Дмитрий Донской
- Иван IV Грозный
- нет среди приведенных

* варианты для выбора приведены в порядке указания событий.

ЗАДАНИЕ 48. Установите связи между представительными органами власти и странами, где они были созданы:

- кортесы
- конгресс
- генеральные штаты
- парламент

Варианты для выбора:

- Испания
- США
- Франция
- Англия

* варианты для выбора приведены в порядке указания органов власти.

ЗАДАНИЕ 49. Установите связи между законодательными актами и историческими персонами:

- Наказ к работе «Уложенной комиссии»
- Указ о создании Московского университета
- «Соборное уложение»
- Указ о единонаследии

Варианты для выбора:

- Екатерина II
- Елизавета Петровна
- Алексей Михайлович
- Пётр I

* варианты для выбора приведены в порядке указания законодательных актов.

ЗАДАНИЕ 50. Установите связи между законодательными актами и историческими персонами:

- Наказ к работе «Уложенной комиссии»
- Указ об обязанных крестьянах
- Указ о вольных хлебопашцах
- Указ о приписных и посессионных крестьянах

Варианты для выбора:

- Екатерина II
- Николай I
- Александр I
- Пётр I

* варианты для выбора приведены в порядке указания законодательных актов.

ЗАДАНИЕ 51. Установите связи между историческими событиями и датами их наступления:

- Венский конгресс
- Битва при Аустерлице
- Битва при Бородино
- Тильзитский мир

Варианты для выбора:

- 1815 год
- 1805 год
- 1812 год
- 1807 год

* варианты для выбора приведены в порядке указания событий.

ЗАДАНИЕ 52. Установите связи между событиями внешней политики СССР в 20-30-е годы и датами их наступления:

- Советско-германский договор «О дружбе и границе»
- Рапальский советско-германский договор
- Вступление СССР в Лигу Наций
- Советско-японские бои у озера Хасан

Варианты для выбора:

- 1939 г.
- 1922 г.
- 1934 г.
- 1938 г.

* варианты для выбора приведены в порядке указания событий.

ЗАДАНИЕ 53. Установите связи между названиями крупнейших сражений на советско-германском фронте и годами их происхождения:

- Смоленское сражение
- Завершение Сталинградской битвы
- освобождение Белоруссии («Багратион»)
- Висло-Одерская операция

Варианты для выбора:

- 1941 г.
- 1943 г.
- 1944 г.
- 1945 г.

* варианты для выбора приведены в порядке указания сражений.

ЗАДАНИЕ 54. Установите соответствие между терминами и их определениями:

- политика максимальной открытости деятельности государственных учреждений и свободы информации, основной компонент политики перестройки, проводимой в СССР во второй половине 1980х гг.
- произвольные решения в хозяйственной практике, не учитывающие объективные условия и научно обоснованные рекомендации
- состояние экономики, характеризующееся застоем производства и торговли на протяжении длительного периода и сопровождающееся увеличением численности безработных, снижением заработной платы и уровня жизни населения
- мировоззрение мирового гражданства, ставящее общечеловеческие интересы и ценности выше интересов отдельной нации

Варианты для выбора:

- гласность
- волюнтаризм
- стагнация
- космополитизм

* варианты для выбора приведены в порядке указания определений.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)

ЗАДАНИЕ 1. С X века в древнерусском государстве появляются наследные земельные владения у феодалов. В дальнейшем собственниками могли быть не только частные лица, но и монастыри.

Укажите, как называлась на Руси земельная собственность, передаваемая по наследству.

Ответ: вотчина

ЗАДАНИЕ 2. В XI веке было создано первое писанное законодательство, которое в последующие столетия было дополнено.

Укажите название этого документа.

Ответ: Русская правда

ЗАДАНИЕ 3. В период ордынского владычества русские князья получали у монгольских ханов специальный документ, который подтверждал их право на княжение.

Как назывался такой документ?

Ответ: ярлык

ЗАДАНИЕ 4. В Судебнике 1497 года была введена регламентация права крестьян на уход от землевладельца. Это разрешалось делать в определенный период.

Как называлось время, разрешённое для ухода крестьян?

Ответ: Юрьев день

ЗАДАНИЕ 5. В XV-XVII веках при Московском государе большую роль играл, существовавший совещательный орган, состоявший из бояр окольничьих, а затем и думных дворян, и думных дьяков.

Укажите его название.

Ответ: Боярская дума

ЗАДАНИЕ 6. Во второй половине XVI века вводится временный запрет на использование крестьянами права ухода от землевладельца («Юрьев день»).

Как назывались годы действия этого запрета?

Ответ: Заповедные годы

ЗАДАНИЕ 7. В годы Смуты в России происходила частая смена власти. После отстранения от власти Василия Шуйского было создано боярское правительство. Как назывался период правления данного правительства?

Ответ: семибоящина

ЗАДАНИЕ 8. В России в XVII веке усилились крепостнические тенденции. Назовите юридический документ, окончательно закрепивший крестьян за землевладельцами в Российском государстве в XVII веке.

Ответ: Соборное уложение

ЗАДАНИЕ 9. Уезжая из столицы в один из своих походов, Петр I издал указ о создании высшего государственного органа, который должен управлять страной во время отсутствия монарха.

Укажите название этого органа.

Ответ: Сенат

ЗАДАНИЕ 10. После окончательного разгрома Наполеона ведущими европейскими монархиями, был заключен основополагающий договор, об образовании структуры, гарантирующей стабильность и определявший принципы европейской политики в первой половине XIX века.

Укажите его название.

Ответ: Священный союз

ЗАДАНИЕ 11. Одно из общественно-политических течений в XIX века провозгласило приоритет прав и свобод человека, устанавливая их основой общественного и экономического порядка и достигаемых через реформы.

Укажите название этой доктрины.

Ответ: либерализм

ЗАДАНИЕ 12. Одно из общественно-политических течений в XIX века настаивало на приоритетности традиционных ценностей и порядков, необходимости сохранения традиций общества, его институтов, этики, нравственности и морали, основанной на религиозных доктринах.

Укажите название этого общественно-политического течения.

Ответ: консерватизм

ЗАДАНИЕ 13. В годы правления Николая I в России возникло общественно-политическое течение, основным положением которого был возврат к идеалам допетровской Руси, воссоздание монархии, опирающейся на совещательный Земский собор.

Какое название получило это течение?

Ответ: славянофильство

ЗАДАНИЕ 14. В начале XX века в России была сформирована революционная партия, выступавшая за наделение крестьян землей за счёт конфискации помещичьих земель. В качестве способа борьбы активно использовали индивидуальный террор.

Как называлась эта партия?

Ответ: эсеры

ЗАДАНИЕ 15. На II Всероссийском съезде Советов большевики объявили о взятии власти и устранении Временного правительства. Было провозглашено создание нового правительства.

Как называлось советское правительство, созданное на съезде?

Ответ: Совет народных комиссаров

ЗАДАНИЕ 16. Политика Советского руководства, в 1918-1921 году была направлена на мобилизацию ресурсов для победы в гражданской войне.

Укажите название этой политики.

Ответ: Военный коммунизм

ЗАДАНИЕ 17. По окончании первой мировой войны на Парижской мирной конференции была создана международная организация, имевшая целью предотвращение войн и урегулирование споров между странами мирным путём.

Эта организация –

Ответ: Лига Наций

ЗАДАНИЕ 18. С 1929 года в СССР проводилась политика, в рамках которой крестьянские семьи, имеющие крепкое хозяйство и объявленные кулаками, принудительно переселялись в отдалённые районы СССР с передачей их хозяйств создаваемым колхозам в рамках политики коллективизации.

Укажите название данной политики.

Ответ: раскулачивание

ЗАДАНИЕ 19. В 1929 году разразился мировой экономический кризис, породивший массу проблем в экономической, политической и социальной сферах. В различных странах искали пути его преодоления, в том числе и в США, где её представил новый президент – Ф.Д. Рузвельт.

Какое название получила данная программа.

Ответ: «Новый курс»

ЗАДАНИЕ 20. В 1935 году в угольной промышленности Донбасса возникло, а затем распространилось на другие отрасли промышленности и на транспорт, движение работников в СССР за повышение производительности труда и лучшее использование техники.

Укажите название этого движения

Ответ: Стахановское движение

ЗАДАНИЕ 21. Конституция СССР 1936 года была одной из наиболее демократичных в мире по набору декларируемых прав и свобод, в частности, провозглашена реализация системы разделения властей.

Укажите название высшего законодательного органа в СССР.

Ответ: Верховный Совет СССР

ЗАДАНИЕ 22. После второй мировой войны была запущена программа восстановления европейской экономики путём оказания экономической помощи США.

Укажите название этого проекта.

Ответ: план Маршалла

ЗАДАНИЕ 23. После смерти И.В. Сталина начинается критика его методов руководства, получившим название «культ личности», происходит отказ от репрессивных и мобилизационных методов управления обществом, начинается

процесс реабилитации жертв репрессий, имя Сталина убирают из названий городов, районов, улиц, площадей, заводов колхозов, демонтируются памятники.

Как называется данная политика?

Ответ: десталинизация

ЗАДАНИЕ 24. С конца 50-х годов в СССР начинает проявляться движение, ратующее за соблюдение прав человека и гражданина, против преследования за иные, нежели предписано официальной идеологией, убеждения. Со второй половины 60-х годов оно приобретает всё более широкий размах, в виде несанкционированных демонстраций, распространения самиздата. Участники преследовались властями.

Укажите название данного движения.

Ответ: диссидентство

ЗАДАНИЕ 25. Период советской истории с 1964 по 1982 год характеризуется замедлением темпов экономического развития, социальной апатией, ужесточением репрессивных мер в политической и культурной сфере.

Укажите название данного периода.

Ответ: застой

ЗАДАНИЕ 26. Период советской истории с 1985 по 1991 год. Советское руководство, во главе с М.С. Горбачёвым пыталось реформировать советскую экономику и политическую систему, с целью добиться её эффективности и привести в соответствие с общечеловеческими ценностями и идеалами.

Как назывался этот период?

Ответ: перестройка

ЗАДАНИЕ 27. В начале 90-х годов XX века правительство России взяло курс на ускоренный переход к рынку с целью оздоровления экономики без учета социальной цены данного перехода.

Укажите название данной политики.

Ответ: «шоковая терапия»

ЗАДАНИЕ 28. В 1998 году в России разразился тяжёлый экономический кризис. Он был связан с обвалом экономической активности в Азии и последовавшим падением цен на нефть. В сочетании с огромным государственным долгом это привело к признанию невозможности Российской Федерации осуществлять выплаты по долговым обязательствам.

Этот кризис получил название ...

Ответ: дефолт

открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)

ЗАДАНИЕ 1. Каковы причины и значение принятия христианства на Руси?

Приведите не менее 2 причин и 2 значений.

Пример ответа:

Причины:

- стремление к укреплению единоличной княжеской власти
- поиск союзников в обостряющейся борьбе с печенегами
- желание укрепить и сделать равноправными связи с Византией, на основе общей веры

Значение:

- **формальное уравнивание княжеского титула с императорской властью византийских монархов (династические браки)**
- **превращение Руси в часть европейско-христианского мира**
- **развитие каменного зодчества, иконописи**
- **появление славянского алфавита**
- **использование византийского церковного права, введение единобрачия**

ЗАДАНИЕ 2. Чем можно обосновать утверждение, что при Иване III Россия стала самостоятельным, независимым государством? Приведите не менее 2 аргументов.

Пример ответа:

- **появление государственной символики – герба;**
- **отказ от уплаты дани и отражение похода ордынского правителя, хана Ахмата, в результате «стояния на Угре» в 1480 году;**
- **создание единого законодательства – Судебника;**
- **появление органов общегосударственной власти: Боярская Дума, Дворцы, Казна;**
- **введение единой денежной единицы – рубль;**
- **внутренняя унификация страны: ликвидация большинства независимых княжеств, упразднение новгородских «вольностей»;**
- **международное признание российского государства.**

ЗАДАНИЕ 3. Приведите не менее 2 целей индустриализации в СССР.

Пример ответа:

- **ликвидация технико-технологического отставания от ведущих западных стран;**
- **достижение экономической независимости, чтобы выдержать возможную экономическую блокаду;**
- **создание мощного военно-промышленного комплекса;**
- **демонстрация успехов социалистической системы, для приближения мировой революции;**
- **рост численности пролетариата, для укрепления социальной опоры коммунистической партии;**
- **ликвидация социально чуждых элементов: непманов;**
- **ликвидация безработицы, снова появившейся в годы НЭПа.**

ЗАДАНИЕ 4. Можно ли согласиться с утверждением, что внутренняя политика Александра I была направлена на модернизацию общественных отношений в Российской империи? Обоснуйте свое мнение, приведите не менее 2 аргументов.

Пример ответа 1: да:

- **в годы правления Александра I был осуществлён ряд мер, направленных на модернизацию социально-экономических отношений (издание указа «о вольных хлебопашцах», разработка проектов отмены крепостного права в Прибалтике);**
- **модернизация государственного управления, создание системы министерств, разработка проекта государственного переустройства М.М. Сперанским, основанного на принципе «разделения властей», создание Государственного совета, дарование Конституции Царству Польскому;**
- **составление проекта российской Конституции – «Государственной уставной грамоты Российской империи»;**
- **открытие новых высших и средних учебных заведений, издание Университетского устава, что способствовало модернизации образования.**

Пример ответа 2: нет:

- Александр I не проявлял решительности в осуществлении социально-экономических преобразований, поэтому они не оказали существенного влияния на российское общество («указ о вольных хлебопашцах» имел рекомендательный характер, проекты отмены крепостного права на территории всей империи не были реализованы);
- из проекта М.М. Сперанского был создан только Государственный совет с законосовещательными функциями, проект же Конституции был совершенно оставлен без последствий;
- преобразование Министерства народного просвещения в Министерство духовных дел и народного просвещения повлекло усиление консервативных начал в системе образования.

ЗАДАНИЕ 5. Можно ли согласиться с тем, что промышленная и финансовая политика Александра III способствовала успешному социально-экономическому развитию России? Обоснуйте свое мнение, приведите не менее 2 аргументов.

Пример ответа 1: да:

- государство поощряло железнодорожное строительство, что стимулировало развитие промышленного производства;
- Правительству удалось добиться значительного превышения экспорта над импортом за счёт увеличения вывоза хлеба и другой сельскохозяйственной продукции и тем самым существенно пополнить бюджет;
- казна выкупила ряд частных железных дорог, что позволило упорядочить дорожное хозяйство и унифицировать тарифы;
- снижение размера выкупных платежей способствовало развитию рыночных отношений в России.

Пример ответа 2: нет:

- распределение государственных заказов препятствовало развитию свободной конкуренции в промышленности;
- государственная поддержка дворянского землевладения сдерживало перераспределение земельного фонда в России и решение проблемы малоземелья;
- сохранение крестьянской общины сдерживало развитие рыночных отношений в сельском хозяйстве.

ЗАДАНИЕ 6. Можно ли согласиться с тем, что Советский Союз был хорошо подготовлен к возможной войне с гитлеровской Германией? Обоснуйте свое мнение, приведите не менее 2 аргументов.

Пример ответа 1: да:

- индустриализация, форсированный рост военного производства накануне войны создали экономический потенциал страны и предпосылки для последующего быстрого перехода её экономики на военные рельсы;
- перед войной резко увеличились ассигнования на военные нужды, росло производство новой военной техники;
- изменилась кадровая политика, в связи с переходом на кадровую систему комплектования и выдвижение на командные должности офицеров и генералов с боевым опытом, полученным в Испании, Монголии, Финляндии;
- принятый в 1939 году закон «О всеобщей воинской обязанности», позволил удвоить численность армии уже через год;

- были сделаны выводы из советско-финляндской войны и в плане подготовки войск, и в части вооружений; пошли на спад репрессии в армии и в военной промышленности;
- велась целенаправленная идеологическая, военно-спортивная подготовка населения к отпору врагу, развивалась патриотическая тематика в искусстве, обращение к историческим традициям;
- СССР пописал, в 1941 году, «Пакт о нейтралитете» с Японией, дабы обезопасить свои восточные границы;
- установление семидневной рабочей недели, восьмичасового рабочего дня, ужесточение трудовой дисциплины, способствовали повышению уровня производства в промышленности.

Пример ответа 2: нет:

1. руководство страны допустило серьёзные просчёты в прогнозах, внедрялась мысль о невозможности участия европейских рабочих и крестьян в войне против СССР;
2. опасаясь провокаций, И. Сталин отказывался привести войска в приграничной зоне в боевую готовность;
3. допущены ошибки в определении направления главного удара и стратегических целей противника, велась подготовка только к наступательной войне;
4. перевооружение армии было далеко от завершения, большое количество боевой техники было неисправно, было недостаточно кадров для эффективного использования новой техники, по ряду позиций (особенно авиация) она всё ещё качественно уступала противнику;
5. огромный урон уровню подготовки нанесли репрессии в отношении командного состава советской армии, руководителей промышленных предприятий, конструкторов;
6. политика советского руководства привела к наличию внутренних конфликтов в стране: национальных, особенно на вновь присоединенных территориях, социальных, связанные с репрессиями в отношении целых социальных групп (казаки, кулаки, священники, бывшие дворяне, буржуазия);
7. в результате советско-германского сближения в 1939 году СССР получил серьёзный удар по своему имиджу борца с нацистской угрозой, а в результате советско-финской войны Советский Союз был исключён из Лиги Наций, что подрывало его авторитет и приводило к международной изоляции.

Б1.О.01 Философия

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из представлений чуждо древнегреческому мировоззрению?

- а) мир есть космос
- б) человек – это политическое существо
- в) человек – свободная личность**
- г) мир есть конечный завершённый порядок

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Родоначальником гуманизма считают философа эпохи Возрождения

- а) Джованни Боккаччо
- б) Франческо Петрарка**

- в) Николай Кузанский
- г) Джордано Бруно

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Какой раздел философии изучает проблемы ценностей?

- а) онтология
- б) логика
- в) аксиология**
- г) социальная философия

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

С точки зрения возрожденческого гуманизма ценностью обладает человек ...

- а) имеющий аристократическое происхождение
- б) творческий и деятельный**
- в) каждый человек
- г) моральный и добродетельный

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Антропологический поворот связан с ориентацией на познание какой философской проблемы?

- а) проблемы человека**
- б) проблемы истины
- в) проблемы метода исследования
- г) проблемы бытия и небытия

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из утверждений является исходной истиной буддизма?

- а) жизнь есть радость и наслаждение
- б) жизнь есть страдание**
- в) жизнь есть борьба
- г) жизнь есть форма существования белковой материи

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Что означает термин «экзистенциализм»?

- а) философия полезности
- б) философия аскетизма
- в) философия существования**
- г) философия долженствования

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Кто должен править в государстве с точки зрения Платона?

- а) аристократия
- б) философы**
- в) тираны
- г) рабочие

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

В своей этической концепции стоики выдвинули ...

- а) идеал мудреца, который бесстрастно переносит удары судьбы**
- б) анархические принципы социальной жизни
- в) идеал героя, противостоящего всему миру
- г) идеал мудреца, проводящего жизнь в наслаждении от познания истины

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

У России свои культурные основания и свой особый путь развития, поэтому ей не нужно ничего заимствовать у Запада. Так утверждали

- а) марксисты
- б) позитивисты
- в) западники
- г) **славянофилы**

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Что означает термин «антисциентизм»?

- а) убеждение о вреде избыточных знаний для человека
- б) борьба против суеверий
- в) вера в будущее научно-технического процесса
- г) **критическая оценка науки и ее роли в системе культуры и научного познания как фактора отношения человека к миру**

ЗАДАНИЕ 12. Укажите понятие, которое НЕ характеризует механизм развития культуры:

- а) традиции
- б) преемственность
- в) **элитарная культура**
- г) новации

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

«Научная революция» в концепции Т. Куна – это

- а) **смена научных парадигм**
- б) выдающееся открытие
- в) внезапное ускорение развития науки
- г) смена одной научной элиты другой

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Что представляет собой «Категорический императив» в философии И. Канта?

- а) причинно-следственную связь
- б) закон природы
- в) **моральный закон**
- г) эстетическое восприятие мира

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется функция культуры, заключающаяся в формировании средств и условий общения людей на разном уровне социокультурной системы?

- а) **коммуникативной**
- б) аксиологической
- в) адаптивной
- г) гносеологической

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из утверждений относится к представлениям экзистенциализма?

- а) действительность определяет возможность
- б) **существование предшествует сущности**
- в) сущность определяет существование
- г) основой бытия является материя

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется процесс «очищения» душевного состояния зрителей через переживание страха, гнева или сострадания?

- а) катарсис**
- б) мимезис
- в) воображение
- г) познание

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

На что оказал влияние принцип трудовой аскезы в протестантской этике?

- а) развитие капитализма в западных странах**
- б) развитие культуры на Востоке
- в) греческую этику
- г) российскую соборность

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Когда возникло понятие «глобальные проблемы человечества»?

- а) 6 в. до н.э.
- б) 13 в. н.э.
- в) 19 в. н.э.
- г) 20 в. н. э.**

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Что является последним этапом в развитии любого типа культуры, по мнению О. Шпенглера?

- а) цивилизация**
- б) коммунизм
- в) прогресс
- г) регресс

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Культурное наследие, передающееся от поколения к поколению и воспроизводящееся в определенных обществах в течение длительного времени – это

- а) инновации
- б) интериоризация
- в) традиции**
- г) тенденции

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Что является специфически человеческим способом коммуникации?

- а) речь**
- б) труд
- в) подражание
- г) игра

ЗАДАНИЕ 23. Что из перечисленного относится к духовным ценностям?

- а) здоровье
- б) богатство
- в) физическая красота
- г) свобода**

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Один из аспектов толерантности и терпимости, предполагающий требование параллельного существования культур в целях их взаимного проникновения, обогащения и развития – это

- а) мультикультурализм**

- б) пацифизм
- в) анархизм
- г) традиционализм

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

С чем представители иррационализма связывают сущность человека?

- а) волей**
- б) разумом
- в) сознательностью
- г) социальностью

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.О.01 Философия

ЗАДАНИЕ 1. Какие древнегреческие философы объявили человека мерой всех вещей?

Ответ: софисты

ЗАДАНИЕ 2. Как называется этическая концепция, в которой высшим благом провозглашается удовольствие?

Ответ: гедонизм

ЗАДАНИЕ 3. Как называется себялюбие, предпочтение своих личных интересов интересам других, пренебрежение к интересам общества и окружающих?

Ответ: эгоизм

ЗАДАНИЕ 4. Какие нормы указывают на то, что должно быть, предъявляя требования к сознанию и поведению человека?

Ответ: моральные

ЗАДАНИЕ 5. Укажите социально-философское понятие, означающее терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, поведению и обычаям?

Ответ: толерантность

ЗАДАНИЕ 6. Как называется учение о ценностях, их происхождении, сущности, функциях, типах и видах?

Ответ: аксиология

ЗАДАНИЕ 7. Какую культуру традиционно противопоставляют западной, акцентируют внимание на ее традиционности, патриархальности, религиозности?

Ответ: восточную

ЗАДАНИЕ 8. Укажите, какая этическая концепция применяется в примере:

губительно как чрезмерное чревоугодие, так и голод, как растрата денег, так и скупость.

Ответ: концепция золотой середины

ЗАДАНИЕ 9. Какая категория этики по своему содержанию противоположна добру, выражает представление о том, что противоречит требованиям морали и заслуживает осуждения?

Ответ: зло

ЗАДАНИЕ 10. Как называется философский и этический принцип, провозглашающий человека высшей ценностью?

Ответ: гуманизм

ЗАДАНИЕ 11. Как называется этический принцип и моральная практика, реализующие идею приоритета заботы о благополучии и счастье других людей?

Ответ: альтруизм

открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

Б1.О.01 Философия

ЗАДАНИЕ 1. М.М. Бахтин в своей работе «К философии поступка» писал: «...Всякая общезначимая ценность становится действительно значимой только в индивидуальном контексте».

Объясните, как знание ценностей соотносится с их реализацией в социокультурном и профессиональном взаимодействии?

Ответ: Без воплощения в реальном общении, в отношении к миру и самому себе, ценность остается абстракцией. Знание ценностей имеет смысл только тогда, когда они реализуются на практике.

ЗАДАНИЕ 2. Основные этические концепции, реализуемые в социокультурном и профессиональном взаимодействии, можно разделить на следующие типы: этика добродетели, этика долга и утилитаристская этика. Соотнесите с каждым из направлений соответствующее ему высказывание:

1. Добродетель – такое качество личности, реализуя которое и действуя в соответствии с которым человек оказывается нравственным.

2. Поступай только согласно такой максиме, руководствуясь которой, ты в то же время можешь пожелать, чтобы она стала всеобщим законом.

3. Поступки являются правильными (хорошими) соответственно, когда имеют тенденцию содействовать счастью, неправильными (дурными), когда имеют тенденцию приносить противоположное счастье.

При соблюдении какой концепции наиболее эффективным окажется профессиональное взаимодействие, при соблюдении какой – социокультурное?

Ответ: 1 – этика добродетели; 2 – этика долга; 3 – утилитаристская этика. Наиболее эффективным профессиональное взаимодействие будет при соблюдении этики долга, социокультурное – при соблюдении этики добродетели и утилитаристской этики.

ЗАДАНИЕ 3. Изложите Ваши мысли относительно высказывания Ф. Ницше: «У кого есть Зачем жить, может вынести почти любое Как». Какая антропологическая проблема ставится в этом высказывании?

Ответ: проблема смысла жизни. В данном высказывании заключена мысль о том, что у человека должна быть в жизни цель, ради достижения которой он сможет выдержать любые испытания.

ЗАДАНИЕ 4. Проанализируйте отрывок из «Легенды о Великом инквизиторе» Ф.М. Достоевского. Какова основная проблема, которая ставится в данной легенде? В чем ее актуальность?

«Ты хочешь идти в мир и идешь с голыми руками, с каким-то обетом свободы, которого они, в простоте своей и в прирожденном бесчинстве своем, не могут и осмыслить, которого боятся они и страшатся, – ибо ничего и никогда не было для человека и для человеческого общества невыносимее свободы! А видишь ли сии камни в этой нагой раскаленной пустыне? Обрати их в хлебы, и за тобой побежит человечество как стадо, благодарное и послушное, хотя и вечно трепещущее, что ты отымешь руку свою и прекратятся им хлебы твои. Но ты не захотел лишить человека свободы и отверг предложение, ибо какая же свобода, рассудил ты, если

послушание куплено хлебами? Ты возразил, что человек жив не единым хлебом, но знаешь ли, что во имя этого самого хлеба земного и восстанет на тебя дух земли, и сразится с тобою, и победит тебя, и все пойдут за ним...».

Ответ: Проблема свободы. Данная проблема актуальна в связи с тем, что человек стремится к свободе, но, получая ее, боится связанной с ней ответственности, его пугает проблема выбора и он бежит от свободы.

ЗАДАНИЕ 5. В социокультурном и профессиональном взаимодействии одним из основных выступает принцип гуманизма, наиболее полно развитый в философии эпохи Возрождения. Сформулируйте основные характеристики гуманизма и обоснуйте его актуальность. Проанализируйте возможные последствия современных феноменов (например, эвтаназии, смертной казни и т.п.), и укажите их противоречивость с точки зрения гуманизма.

Ответ: гуманизм – это система мировоззрения, основу которого составляет защита достоинства и самоценности личности, ее свободы и права на счастье. Актуальность гуманизма сегодня связана с увеличением числа экзистенциальных проблем, с необходимостью определить ценность человека и решать глобальные проблемы. В таких феноменах, как эвтаназия, смертная казнь, мы сталкиваемся с гуманистическими проблемами. Эвтаназия – это убийство, но одновременно – это облегчение страданий больного человека. Смертная казнь, с одной стороны, предотвращает повторное преступление в случае освобождения осужденного и является равноценным содеянному наказанием. С другой стороны, казнь – это убийство, а наказание должно быть направлено на исправление человека, а не на его уничтожение.

ЗАДАНИЕ 6. Анализируя особенности различных социальных групп, этносов и конфессий, укажите, какие глобальные проблемы человечества Вам известны, что является их причиной, и какие Вы видите пути их решения?

Ответ: экологические, экономические, демографические проблемы, эпидемии, проблемы применения оружия массового поражения, проблема войны и мира, проблема защиты культурного наследия.

Причины глобальных проблем человечества в усилении взаимосвязи между государствами и взаимозависимости регионов. Решение проблем возможно при объединении усилий всех стран и при приоритете выживания человека перед всеми остальными интересами.

ЗАДАНИЕ 7. Проанализируйте, в чем видит различие между культурой и цивилизацией Н.А. Бердяев. Согласны ли Вы с теми оценками и характеристиками культуры и цивилизации, которые предложены автором?

«Культура есть явление глубоко индивидуальное и неповторимое. Цивилизация же есть явление общее и повсюду повторяющееся. Культура имеет душу. Цивилизация же имеет лишь методы и орудие... Культура основана на священном предании. И чем древнее культура, тем она значительнее и прекраснее. Культура всегда гордится древностью своего происхождения, неразрывной связью с великим прошлым... Этого нельзя сказать про цивилизацию. Цивилизация дорожит своим недавним происхождением, она не ищет древних и глубоких источников. Она гордится изобретением сегодняшнего. У нее нет предков. Все в ней новенькое, все приспособлено к удобствам сегодняшнего дня».

Ответ: Действительно, можно согласиться с Бердяевым, поскольку цивилизация – это этап в развитии общества, когда приоритетным становится техническое развитие и материальное благополучие, а духовные процессы и явления отступают на задний план.

ЗАДАНИЕ 8. Проанализируйте высказывание Д.С. Лихачева из «Письма о добром и прекрасном», укажите, какими он видит принципы межкультурного взаимодействия. Согласны ли Вы с ним?

«Культура человечества движется вперед не путем перемещения в “пространстве-времени”, а путем наполнения ценностей. Ценности не сменяют друг друга, новые не уничтожают старых (если старые действительно настоящие), а присоединяясь к старым, увеличивают их значимость для сегодняшнего дня. Чем большими ценностями мы овладели, тем более изощрённым и острым становится наше восприятие иных культур – культур удалённых от нас во времени и в пространстве древних и других стран. Каждая из культур прошлого или иной страны становится для интеллигентного человека “своей культурой”, своей глубоко личной и своей в национальном аспекте, ибо познание своего сопряжено с познанием чужого».

Ответ: автор говорит о необходимости межкультурного диалога. Чем больше человек сталкивается с другими культурами и старается понять их ценности и принципы, тем легче ему общаться с представителями других групп, уважать и понимать их позицию.

ЗАДАНИЕ 9. Опираясь на знание этических учений, проанализируйте, в какой профессиональной сфере может быть применима этика долга И. Канта. Обоснуйте свой ответ.

Ответ: Практически каждая современная профессия формирует представление о долге. Этика Канта является основой врачебной этики, поскольку врач должен относиться к человеку как к цели, ориентируясь на непричинение вреда пациенту, справедливость и правдивость.

ЗАДАНИЕ 10. Проанализируйте, свидетельствует ли исторический опыт о том, что вера и упование на божественное откровение позволяют лучше решать практические задачи и овладевать наукой, чем стремление к знанию, самопознанию и собственной активной деятельности?

Ответ: нет, исторический опыт об этом не свидетельствует. На основании знания исторического опыта можно сказать, что именно стремление к знанию, самопознанию и собственной активной деятельности способствует научному прогрессу успешному решению практических задач. Наука в большей степени развивается в эпохи, когда человечество ориентировано на знание, самопознание и творческую активность (Эпоха Возрождения, Новое время).

Универсальная компетенция УК-6

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Период окончания формирования компетенции: 3 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития (3 семестр);

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Системное социальное качество, приобретаемое индивидом в предметной деятельности и общении, характеризующее место человека в системе общественных отношений и выполняемую социальную роль (функцию) – это определение

- а) **личности**
- б) индивида
- в) индивидуальности
- г) индивидуума

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Выбор профессиональной деятельности опирается на учет конкретных психофизических и биологических черт, что характеризует отдельное живое существо, представителя биологического вида – это характеристика

- а) личности
- б) **индивида**
- в) индивидуальности
- г) индивидуума

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Успешное выполнение профессиональной деятельности зависит от уникального сочетания психологических черт и особенностей конкретной личности – это характеристика

- а) личности
- б) индивида
- в) **индивидуальности**
- г) индивидуума

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Личность демонстрирует аккуратность и бережливость — это

- а) черты, которые проявляются по отношению к другим
- б) **черты, характеризующие отношение личности к вещам**
- в) черты, проявляющие отношение к деятельности
- г) черты, которые проявляются по отношению к себе

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

С целью успешного выполнения учебной и профессиональной деятельности важно учитывать характер человека. В чем он проявляется?

- а) интроверсии, экстраверсии, тревожности, импульсивности
- б) **отношении человека к себе, людям, деятельности, вещам**

в) пластичности, ригидности, реактивности, темпе психических реакций

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Среди личностных качеств, выделяют те, которые позволяют человеку достигать цели:

- а) целеполагание
- б) настойчивость
- в) решительность
- г) оптимизм
- д) все ответы верны**

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Планирование перспективных целей собственной деятельности связано и проявляется в характере человека, под которым понимают

- а) индивидуальное сочетание устойчивых психических особенностей человека, обуславливающих типичный для данного субъекта способ поведения в определенных жизненных условиях и обстоятельствах**
- б) форма направленности личности, представляющая собой систему мотивов личности, побуждающую ее поступать в соответствии со своими взглядами, принципами, мировоззрением
- в) индивидуально своеобразная, природно обусловленная совокупность динамических проявлений психики

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Психологические закономерности усвоения человеком социального опыта и его активного воспроизводства связаны с отражательными, регуляторно-оценочными, творческими, рефлексивными функциями, которые являются характерными для

- а) памяти**
- б) сознания**
- в) мышления
- г) бессознательного

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется осознанное внешнее согласие с группой при внутреннем расхождении с ее позицией?

- а) конформность**
- б) подражание
- в) психическое заражение
- г) убеждение

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Планирования временной перспективы развития учебной и профессиональной деятельности проявляется в темпераменте человека, под которым понимают

- а) индивидуально своеобразная, природно обусловленная совокупность динамических проявлений психики**
- б) индивидуальное сочетание устойчивых психических особенностей человека, обуславливающих типичный для данного субъекта способ поведения в определенных жизненных условиях и обстоятельствах
- в) форма направленности личности, представляющая собой систему мотивов личности, побуждающую ее поступать в соответствии со своими взглядами, принципами, мировоззрением

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Мотив – это

- а) **материальный или идеальный предмет, который побуждает и направляет на себя деятельность, и ради которого они осуществляются**
- б) состояние нужды организма (индивида, личности) в чем-то, необходимом для нормального существования
- в) потребность в познании окружающей среды и себя, в творчестве, эстетических наслаждениях и т.п.

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Потребность – это

- а) материальный или идеальный предмет, который побуждает и направляет на себя деятельность, и ради которого они осуществляются
- б) **состояние нужды организма (индивида, личности) в чем-то, необходимом для нормального существования**
- в) потребность в познании окружающей среды и себя, в творчестве, эстетических наслаждениях и т.п.

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Какой тип темперамента характерен для руководителя?

Руководителю данного типа темперамента свойственны высокая реактивность и активность. Чувства возникают быстро, отличаются высокой интенсивностью и устойчивостью. Они активны, энергичны. Однако реактивность у них преобладает над активностью. Поэтому они нервны резки в общении с людьми, экстравертированы.

- а) **холерик**
- б) сангвиник
- в) меланхолик
- г) флегматик

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из перечисленных качеств противоположно креативности?

- а) ум
- б) **шаблонность мышления**
- в) настойчивость
- г) оригинальность

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Какими двумя качествами часто обладают творческие личности?

- а) чувство юмора и конформизм
- б) **любопытность и упорство**
- в) импульсивность и несамостоятельность
- г) покладистость и робость

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Быстрота адаптации личности к изменяющимся условиям внешней среды, профессиональной деятельности связана с индивидуальными особенностями личности, а именно, с его чувствительностью, под которой понимают

- а) повышение чувствительности анализатора под влиянием внутренних факторов
- б) изменение чувствительности, происходящее вследствие приспособления органа чувств к действующему на него раздражителю
- в) **способность реагировать на сравнительно слабые или незначительно отличающиеся друг от друга воздействия, которая характеризуется индивидуальностью и может изменяться в зависимости от ряда факторов: характера деятельности, возраста, состояния организма**

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

На нарушение адаптации человека к новым условиям труда и деятельности оказывает влияние зависимость восприятия предметов или явлений от предшествующего опыта человека, от общего содержания его психической жизни. Как называется это явление?

- а) **апперцепция**
- б) осмысленность
- в) иллюзии восприятия
- г) галлюцинация

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Резкое снижение способности прогнозировать последствия своих поступков, предвидеть результаты действий; изменение характера протекания процессов мышления происходит под влиянием интенсивных, бурно протекающих и кратковременных эмоциональных вспышек, которые называются ...

- а) чувства
- б) **аффекты**
- в) настроение
- г) ощущения

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Достоинства молодого специалиста холерического темперамента в профессиональной деятельности в том, что он ...

- а) обладает ценной способностью долго и упорно работать, добиваясь поставленной цели
- б) обычно живет сложной и напряженной внутренней жизнью, придает большое значение всему, что его касается, обладает повышенной тревожностью и ранимой душой
- в) **для реализации намеченных целей и задач деятельности способен сосредоточить значительные усилия в короткий промежуток времени**

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Достоинство специалиста меланхолического темперамента в том, что он в деятельности ...

- а) **никогда не обещает того, что не в состоянии сделать, даже в том случае, если его выполнение непосредственно от него самого мало зависит**
- б) обладают быстрой реакцией, легко и скоро приспосабливаются к изменяющимся условиям жизни
- в) позволяет сосредоточить значительные усилия в короткий промежуток времени

ЗАДАНИЕ 21. На формирование профессионально-грамотной личности оказывают влияние наследственность, среда и собственная активность личности. Кто является автором направления в психологии, которое считает, что психическое развитие личности обусловлено бессознательными врожденными инстинктами и влечениями?

- а) **З. Фрейд**
- б) Ж. Пиаже
- в) Б. Скиннер
- г) В. Франкл

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется направление психологии, получившее наибольшее распространение в 60-х гг. XX в., в котором изучается реализация намеченных целей и задач

деятельности с учетом отдельных познавательных процессов (памяти, мышления, речи и др.)?

- а) **когнитивная психология**
- б) психоаналитическая психология
- в) гуманистическая психология
- г) экзистенциальная психология

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Выбор способа реализации намеченных целей деятельности осуществляется благодаря целостному отражению в сознании человека свойств предметов и явлений окружающего мира, возникающее при непосредственном воздействии раздражителей на органы чувств. Это характеристика

- а) памяти
- б) **восприятия**
- в) внимания
- г) речи

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

На развитие личности как профессионала оказывают влияние факторы среды, наследственности и активности самой личности. Что является движущей силой развития в биогенетическом направлении?

- а) активность самой личности
- б) взаимодействие среды и наследственности
- в) среда
- г) **наследственность**

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Способность личности разрешать конфликт между врожденными инстинктивными влечениями и сознательными моральными, культурно-нормированными представлениями лежит в основе ... теории.

- а) гуманистической
- б) бихевиоризма
- в) **психоаналитической**
- г) культурно-исторической

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

При профессиональном росте большое значение придается такой характеристике личности, которая описывает человека, погруженного во внутренний мир своих мыслей, чувств и опыта, сдержанного, стремящегося к уединению, — это:

- а) **интроверт**
- б) экстраверт
- в) коммуникатор
- г) аутист

ЗАДАНИЕ 27. В процессе совершенствования профессиональной деятельности мы опираемся на черты характера. Чертами характера являются следующие указанные, кроме:

- а) вежливости
- б) доброжелательности
- в) **меланхолии**
- г) настойчивости

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется зависимость восприятия предметов или явлений от предшествующего профессионального и личного опыта человека, от общего содержания его психической жизни?

- а) **апперцепция**
- б) осмысленность
- в) иллюзия восприятия
- г) галлюцинация

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

Что оказывает отрицательное влияние на планирование перспективных целей собственной деятельности?

- а) осмысленность собственных действий
- б) **иллюзия восприятия**
- в) сознание
- г) целеустремленность

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Какой тип имеет человек, который выражает собой скорее склонность к бездеятельности в профессиональной сфере, чем к напряженной, активной работе; медленно приходит в состояние возбуждения, но зато надолго, что заменяет ему медлительность вхождения в работу?

- а) **флегматик**
- б) холерик
- в) сангвиник
- г) меланхолик

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется совокупность индивидуальных данных человека, при наличии которых он соответствует требованиям, предъявленным к нему профессией?

- а) профессиональная подготовка
- б) профессиональная направленность
- в) профиль рабочего места
- г) **профессиональная пригодность**

ЗАДАНИЕ 32. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется состояние организма, возникающее в процессе взаимодействия индивида с внешней средой, сопровождающееся значительным эмоциональным напряжением в условиях, когда нормальная адаптивная реакция оказывается недостаточной?

- а) **психический стресс**
- б) физиологический стресс
- в) аффект
- г) страх

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития

ЗАДАНИЕ 1. Усиленное внимание членов коллектива к деятельности, выполнение осознанных действий, на основе внутренних решений, но часто без непосредственного удовольствия, получаемого в процессе и в результате выполнения называется ... действие.

Ответ: волевое

ЗАДАНИЕ 2. Как называется сознательное регулирование человеком своего поведения и деятельности, выраженное в умении преодолевать внутренние и внешние трудности при совершении целенаправленных действий?

Ответ: воля

ЗАДАНИЕ 3. Обмен информацией между членами коллектива, имеющий единую систему значений, способствующий установлению и изменению между ними взаимоотношений относится к

Ответ: коммуникативной стороне общения

ЗАДАНИЕ 4. Как называется существенно отражающаяся в профессиональной деятельности, индивидуально своеобразная, природно обусловленная совокупность динамических проявлений психики?

Ответ: темперамент

ЗАДАНИЕ 5. При реализации приоритетов профессиональной деятельности человек опирается на неповторимое, уникальное сочетание психологических черт и особенностей своей личности, проявляющееся в профессиональной деятельности, достижении поставленных целей – это

Ответ: индивидуальность

ЗАДАНИЕ 6. На оценку внешних и внутренних ситуаций в профессиональной и личной сферах жизнедеятельности человека существенную роль оказывают психические процессы, протекающие в форме переживаний. Они называются

Ответ: эмоции

ЗАДАНИЕ 7. Способы успешного выполнения действия, соответствующие целям и условиям деятельности – это

Ответ: умения

ЗАДАНИЕ 8. Полностью автоматизированные компоненты деятельности, сформированные в процессе упражнений - это

Ответ: навыки

ЗАДАНИЕ 9. Как называется способность руководителя проявлять сопереживание и сочувствие другим людям?

Ответ: эмпатия

ЗАДАНИЕ 10. Как называется негибкая часть деятельности, которая человеком выполняется механически и не имеет сознательной цели или явно выраженного продуктивного завершения?

Ответ: привычки

ЗАДАНИЕ 11. Деятельность, направленная на создание материальных и духовных ценностей – это

Ответ: труд/трудовая

ЗАДАНИЕ 12. Как называется многоплановый процесс установления контактов между людьми, порождаемый потребностью в совместной деятельности, включающий в себя обмен информацией, взаимовлияние и познание людьми друг друга?

Ответ: общение

ЗАДАНИЕ 13. Совершенствуя собственную профессиональную деятельность важно учитывать такую характеристику как временное снижение работоспособности под влиянием длительного воздействия нагрузки, которая называется

Ответ: утомление

ЗАДАНИЕ 14. Как называются чувства, которые представляют собой эмоциональное отношение человека к прекрасному в природе, в жизни людей и в искусстве?

Ответ: эстетические

ЗАДАНИЕ 15. В каждой группе, организации, команде, подразделении есть человек, пользующийся большим, признанным авторитетом, обладающий влиянием, которое проявляется как управляющие действия. Такого человека в психологии называют

Ответ: лидер

ЗАДАНИЕ 16. Как называется эмоциональное состояние, отрицательное по знаку, как правило, протекающее в форме аффекта и вызываемое внезапным возникновением серьезного препятствия на пути удовлетворения исключительно важной для субъекта потребности?

Ответ: гнев

открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвития

ЗАДАНИЕ 1. Перед Вами 2 типа руководителей. Один любит оживленную суету вокруг себя, очень общителен, предпочитает быть в центре внимания, энергичен, чрезмерно эмоционален. Другой, напротив, предпочитает тишину и уединение, спокоен, вдумчив, медлителен, не любит новизну, с трудом знакомится с новыми людьми, слишком большое внимание его смущает. Укажите описанные виды темперамента руководителей и их отличительные особенности.

Ответ: Описаны темперамент холерика и флегматика. Отличительные особенности экстраверт –холерик, интроверт – флегматик.

ЗАДАНИЕ 2. Молодой специалист отказывается серьезно выполнять профессиональные обязанности, объясняя это суждением руководителя, который сказал: «с такой подготовкой в вузе, ты мало чего добьешься». Какой компонент в структуре личности подвергся воздействию в этом случае и почему?

Ответ: Затронута самооценка и снижена мотивация деятельности. Т.к. мнение руководителя значимо для специалиста, он поверил словам руководителя-наставника, и теперь не видит смысла прилагать усилия для эффективной деятельности.

ЗАДАНИЕ 3. Начинающему специалисту руководитель поручил выполнение срочного задания и предупредил, что сегодня в 5 часов вечера он должен совместно с другими коллегами участвовать в разработке стратегии реализации задания. Но гораздо раньше этого предложения руководителя специалист вместе с друзьями планировал пойти в это же время на интересное выступление о новых технологиях, интересующих его. Он долго колебался: идти ему на заседание команды или на выступление с друзьями. Верх взяло первое соображение. Проявление каких качеств можно наблюдать в этом решении и почему?

Ответ: Проявление волевых качеств наблюдается в этом поступке. Ответственность и значимость профессиональной деятельности взяли вверх над другими интересами и желанием провести время с друзьями.

ЗАДАНИЕ 4. Какие компонент личности характеризуются в ситуации? По каким критериям Вы определили эти компоненты?

Сотрудники описывают своего коллегу как инициативного, честного, трудолюбивого, хорошего организатора, красноречивого, с чувством юмора, с золотыми руками, но эгоистичного, самоуверенного, осторожного.

Ответ: В ситуации говорится о характере и способностях сотрудника. К чертам характера относятся: инициативный, честный, с чувством юмора, эгоистичный, самоуверенный, осторожный. К способностям – трудолюбивый, хороший организатор, красноречивый, с золотыми руками. Критерий определения черт характера – это стереотипы поведения, сложившиеся в межличностном взаимодействии; а способности – это особенности, проявляющиеся в деятельности и позволяющие выполнять ее успешно.

ЗАДАНИЕ 5. Молодой специалист, недавно ставший членом коллектива, часто прибегал к такому приему: прерывал чтение интересной книги на самом захватывающем месте и не прикасался к ней 2-3 дня. Как Вы думаете какие качества он тренировал и как можно назвать этот прием?

Ответ: Он тренировал волевые качества, прием называется –способность к задержке волевого действия. Т.к. в течение этих дней студенту приходилось бороться с желанием взяться за книгу и это развивало волю.

ЗАДАНИЕ 6. Молодой человек меняет третье место работы за полгода. Характеризует себя «я самый правильный», «я лучше всех». По мнению руководства компании и членов коллектива, он не уживается в коллективе, т.к. имеет идеализированное представление о себе, о своих способностях и возможностях, о своей значимости для дела и для окружающих людей; игнорирует личные неудачи ради поддержания своего психологического комфорта; не прислушивается к чужому мнению; к критической оценке себя со стороны других относится с явным недоверием, относя все это к придиркам и зависти; как правило, ставит перед собой невыполнимые цели.

В чем причина такого представления о себе? Какова самооценка у молодого человека?

Ответ. Явно завышенная самооценка

ЗАДАНИЕ 7. Молодой человек пришел устраиваться на работу, окончил вуз с красным дипломом. Работодатель обратил внимание на его внешние характерные черты. Походка нерешительная, как бы вкрадчивая, при разговоре глаза часто отводит в сторону. На собеседовании проявил себя как застенчивый, нерешительный, чрезмерно самокритичный. Был принят на работу с испытательным сроком. В первый месяц работы продемонстрировал требовательность к себе и окружающим, чрезмерную самокритичность, что привело к замкнутости, зависти, подозрительности, мстительности и даже жестокости; раздражал окружающих мелочами, вызывая конфликты на работе. По завершении испытательного срока на работу не принят.

В чем причина отказа со стороны работодателя? Какова самооценка у молодого человека?

Ответ. Явно заниженная самооценка

ЗАДАНИЕ 8. Студент И. рассказал о том, как он распределяет время между учёбой, спортом и личной жизнью.

Преподаватель Г. отличается выразительной мимикой, резкими движениями и быстрой походкой.

В каком примере образцы поведения характеризуют человека как индивида, а в каком как личность. Почему?

Ответ: Поведение студента – личность, характеристика преподавателя – индивид. Т.к. умение ставить цели и управлять временем это личностные, сформированные в социуме навыки, а преподаватель характеризуется по врожденным параметрам, компонентам поведения.

ЗАДАНИЕ 9. Подчиненный характеризуется следующими особенностями: на заседаниях спокоен, сидит всегда в одном и том же положении, что-нибудь вертит в руках, настроение меняется от очень незначительных причин. Он болезненно чувствителен. Когда руководитель попросил его пересесть, чтобы другие члены коллектива тоже могли поместиться за столом, он обиделся, долго размышлял, почему его пересадили, и на протяжении всего совещания сидел расстроенный и подавленный. Он легко теряется, смущается, сдержан в выражении чувств. Если ему делают замечание относительно работы, нисколько не изменившись в лице, не реагирует на него, но дома долго не может успокоиться, не в состоянии приняться за работу, теряет всякую веру в себя. Какой тип темперамента у данного сотрудника? Перечислите преимущества данного типа темперамента.

Ответ: Меланхолик. К преимуществам данного типа темперамента можно отнести: эмпатию, склонность к творчеству, нестандартность мышления, серьезное отношение к деятельности, умение держать обещания.

ЗАДАНИЕ 10. Проанализируйте ситуацию и объясните, какие личностные черты способствуют внушению.

Начинающий специалист неожиданно получил от руководителя отдела очень интересное задание, которое также хотели бы выполнить несколько его коллег. За грамотное выполнение задания полагалась премия и могли открыться перспективы карьерного роста.

Молодой специалист с детства отличался усидчивостью, прилежностью, исполнительностью, творческим подходом к деятельности, он отлично учился в вузе, но был тревожным и мнительным, не был уверен в своих профессиональных качествах и часто ориентировался на внешнее подтверждение своих способностей другими людьми.

Когда выполнение задания поручили ему, то в кабинете руководителя никто не оспаривал этот выбор. После совещания двое коллег в личной беседе с молодым сотрудником убедили его отказаться от выполнения задания и попросить перепоручить его им. Они отметили его небольшой опыт работы в данной сфере, незнание технологий, необходимых для выполнения задания, и обрисовали неблагоприятные перспективы при неуспешном выполнении задания. Это подействовало и молодой человек решил отказаться от выполнения задания.

Ответ: Внушению способствовали такие качества специалиста как исполнительность, прилежность, тревожность, мнительность, неуверенность в себе как профессионале, ориентация на мнение окружающих.

ЗАДАНИЕ 11. Девушка прошла психологическое тестирование и выяснила, что она флегматик. Она изучает иностранные языки и планирует работать переводчиком. Какие личностные качества девушке необходимо развивать в себе, чтобы максимально эффективно использовать качества своего типа темперамента в работе?

Ответ: Флегматикам свойственны трудоспособность, устойчивое настроение, невозмутимость, неподверженность стрессам, терпение, целеустремленность. Девушке нужно развивать умение адаптироваться к новым обстоятельствам, приспосабливаться к переменам и учиться быстро понимать ситуацию, быстро реагировать на изменения.

Универсальная компетенция УК-7

УК-7. Способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Период окончания формирования компетенции: 6 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.05 Физическая культура и спорт (1 семестр)

Б1.В.24 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (2-6 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Физическая культура в вузе является... .

- а) средством активного отдыха
- б) обязательной учебной дисциплиной**
- в) средством отвлечения от дурных привычек и безделья
- г) делом избранных

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Каким принципом создается необходимая предпосылка освоения движения?

- а) системности
- б) наглядности**
- в) сознательности и активности
- г) доступности

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Какая из частей физической культуры является самой объемной?

- а) двигательная реабилитация
- б) физическое воспитание**
- в) спорт
- г) физическая рекреация

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое здоровье?

- а) отсутствие заболеваний
- б) состояние физического, психического, социального и душевного благополучия**
- в) хорошее самочувствие
- г) состояние нормальной работоспособности

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Главная задача, решаемая на занятиях по физической культуре?

- а) стать чемпионом
- б) получить материальное вознаграждение
- в) укрепить здоровье и общее физическое развитие**
- г) побить рекорд

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какая из приведенных целей больше всего присуща спорту высших достижений?

- а) продление творческого долголетия
- б) снятие нервно-эмоционального напряжения
- в) социальная и физическая адаптация в обществе
- г) достижение высоких спортивных результатов на крупнейших соревнованиях**

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Физическая нагрузка увеличивает

- а) продолжительность сна**
- б) прочность суставов
- в) количество суставов
- г) длину суставов

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Целью ГТО является

- а) укрепление здоровья, гармоничное и всестороннее развитие личности, воспитание патриотизма**
- а) выполнение спортивных и массовых разрядов
- б) получение максимального количества населения знаков отличия ГТО
- в) обучение разным видам спорта и видам физической активности

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Какие виды спортивных упражнений не входят в тесты ГТО?

- а) бег
- б) сгибание и разгибание рук в упоре на брусьях**
- в) бег на лыжах
- г) плавание

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

От какого фактора больше всего зависит продолжительность жизни человека?

- а) экология
- б) наследственность
- в) образ жизни**
- г) питание

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Специальными средствами воспитания быстроты являются

- а) непрерывный длительный бег
- б) спринтерский бег, стартовые ускорения, скоростные спурты**
- в) прыжки, многоскоки, скачки
- г) упражнения с гантелями, гирей, штангой

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Какая группа нижеперечисленных упражнений развивает общую выносливость?

- а) спринт, прыжки, метания
- б) акробатические, гимнастические, прыжки на батуте, в воду
- в) плавание, лыжные гонки, бег на средние и длинные дистанции**
- г) спортивные игры, бокс, фехтование

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

За какое время выполняется испытание (тест) по выбору «Поднимание туловища из положения лёжа на спине»?

- а) 30 секунд
- б) 1 минута**
- в) 2 минуты

г) без учета времени

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

В комплекс ГТО входят ... испытания.

а) обязательные и необязательные

б) обязательные и по выбору

в) обязательные и дополнительные

г) только обязательные

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Что относится к скоростным способностям?

а) время реакции, быстроту одиночного движения, частоту движений

б) способность противостоять утомлению

в) способность преодолевать мышечное сопротивление

г) подвижность в суставах и позвоночнике

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Какова масса гири при выполнении норматива «рывок гири» при сдаче ВФСК ГТО VI степени?

а) 10 кг

б) 16 кг

в) 18 кг

г) 20 кг

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Кто может проходить тестирование ГТО?

а) школьники

б) студенты

в) женщины и мужчины, достигшие совершеннолетия

г) все вышеперечисленные

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

На каких принципах основывается Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс ГТО?

а) добровольности и обязательности медицинского контроля

б) экономичности проведения соревнований

в) равноправия женщин и мужчин

г) сознательности и активности

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Какая возрастная группа охватывает шестую степень?

а) 6-8 лет

б) 9-12 лет

в) 15-17 лет

г) 18-29 лет

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Кого не допустят до сдачи нормативов ВФСК ГТО?

а) пенсионеров

б) дошкольников

в) лиц, не имеющих медицинского допуска

г) лиц, не имеющих спортивного разряда

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Какой вид спорта в большей степени формируют координацию?

- а) спортивная гимнастика**
- б) стрелковый спорт
- в) тяжелая атлетика
- г) шахматы

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Кто имеет право принимать нормативы ВФСК ГТО?

- а) преподаватель физической культуры
- б) тренер или администрация спортивной школы
- в) лица, прошедшие специальное обучение**
- г) все вышеперечисленные

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Может ли иностранный гражданин принять участие в сдаче нормативов ГТО?

- а) нет
- б) могут все без исключения
- в) могут те иностранные граждане, которые предоставят временную прописку**

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Каким стилем необходимо сдавать норматив по плаванию в ВФСК ГТО?

- а) кроль
- б) брасс
- в) произвольный**
- г) устанавливает судейская коллегия при сдаче норматива

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

При какой ошибке во время выполнения норматива метание снаряда на дальность попытка будет засчитана?

- а) метание произведено до линии разметки за 2-3 метра**
- б) снаряд не попал в сектор
- в) попытка выполнена без команды спортивного судьи
- г) просрочено время, выделенное на попытку

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

В течение какого времени достаточна фиксация при выполнении норматива «Наклон вперед из положения стоя на гимнастической скамейке»?

- а) фиксация не нужна
- б) 1 секунда
- в) 2 секунды**
- г) 3 секунды

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

Какие вещества выполняют функцию основного строительного материала для клеток человеческого организма?

- а) белки**
- б) жиры
- в) углеводы
- г) витамины

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Какие вещества являются наиболее подходящим источником для быстрого получения энергии клетками человеческого организма?

- а) белки
- б) жиры
- в) углеводы**
- г) витамины

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

По какой формуле можно рассчитать индивидуальную максимальную физическую нагрузку?

- а) 180 - возраст
- б) 200 - возраст
- в) 220 - возраст**
- г) 300 - возраст

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Упражнение «Подъем туловища из положения лежа на спине» (количество раз за 1 минуту) выполняется следующим образом:

- а) Руки сомкнуты в замок за головой, ноги согнуты в коленях. Осуществляется подъем туловища без подпрыгивания таза во время выполнения упражнения
- б) Руки сомкнуты на груди, ноги выпрямлены. Подъем туловища осуществляется рывком
- в) Руки в замке за головой на затылке, ноги согнуты в коленях под углом 90 градусов, локти во время подъема туловища касаются бедра и разводятся в стороны при опускании туловища в нижнее положение**
- г) Руки сомкнуты на груди, ноги выпрямлены. Подъем туловища осуществляется, пока угол между ногами и туловищем не будет равняться 90 градусам

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильный вариант ответа:

Интенсивность физической нагрузки можно задать

- а) скоростью движения
- б) длиной дистанции
- в) количеством повторений
- г) время выполнения упражнений**

ЗАДАНИЕ 32. Выберите правильный вариант ответа:

Какая функция не входит в общекультурные социальные функции физической культуры?

- а) коммуникативная
- б) воспитательная
- в) прагматическая**
- г) образовательная

ЗАДАНИЕ 33. Выберите правильный вариант ответа:

Воспитание физической культуры личности – это

- а) привитие чувства превосходства над другими людьми
- б) воспитание неадекватной мотивации к занятиям физической культурой и спортом
- в) воздействие на физические способности человека, на его чувства, сознание, психику и интеллект**
- г) воздействие на интеллект

ЗАДАНИЕ 34. Выберите правильный вариант ответа:

Какой принцип предусматривает планомерное увеличение объема и интенсивности физической нагрузки по мере роста функциональных возможностей организма?

- а) принцип научности
- б) принцип доступности и индивидуализации
- в) **принцип непрерывности, систематичности**

ЗАДАНИЕ 35. Выберите правильный вариант ответа:

Какие документы необходимо иметь для прохождения тестирования комплекса ГТО?

- а) Заявку на соревнования
- б) Медицинский полис
- в) СНИЛС
- г) **Медицинскую справку и документ, удостоверяющий личность**

ЗАДАНИЕ 36. Выберите правильный вариант ответа:

Каковы действия судей, если участник переходит на шаг при выполнении нормативов «бег на 2000 м» и «бег на 3000 м» в ВФСК ГТО?

- а) **участник снимается с дистанции**
- б) судья делают устное замечание
- в) судейский корпус не применяет санкций
- г) предлагают пересдать данную дисциплину на следующий день

ЗАДАНИЕ 37. Выберите правильный вариант ответа:

Степень владения техникой действия, при которой управление движениями происходит автоматически и отличается надежностью исполнения, называется

- а) техническим мастерством
- б) двигательной одаренностью
- в) двигательным умением
- г) **двигательным навыком**

ЗАДАНИЕ 38. Выберите правильный вариант ответа:

Какая цель не ставится перед утренней гигиенической зарядкой?

- а) усилить ток крови в кровяном русле
- б) способствовать лучшему обмену веществ
- в) ускорить приведение организма в рабочее состояние
- г) **способствовать развитию абсолютной силы путем применения упражнений статического характера**

ЗАДАНИЕ 39. Выберите правильный вариант ответа:

Спортивная тренировка приводит к

- а) **увеличению полостей сердца и сердечной мышцы**
- б) изменению положения сердца
- в) смещению сердца влево
- г) уменьшению сердца

ЗАДАНИЕ 40. Выберите правильный вариант ответа:

Какие упражнения необходимо включать в физкультурные занятия после учебного дня, если занятия проводились в малоподвижной позе?

- а) упражнения статического характера
- б) **упражнения, дающие активную нагрузку на все группы мышц, способствующие активизации сердечно-сосудистой и дыхательной систем**
- в) упражнения на скоростную выносливость
- г) упражнения с тяжестями предельной величины

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Укажите допустимую максимальную величину частоты ударов сердечных сокращений у тренированных людей (ударов в минуту).
(целое число цифрами)

Ответ: 60

ЗАДАНИЕ 2. Как переводится на русский язык Олимпийский девиз «*Citius, altius, fortius!*»?

Ответ: Быстрее! Выше! Сильнее!

ЗАДАНИЕ 3. Укажите через запятую пропущенные слова в правильном порядке и правильных падежах:

Физическая рекреация – это использование любых видов двигательной активности (физические упражнения, игры, физический труд и т.п.) в целях ... развития и укрепления

Ответ: физического, здоровья

ЗАДАНИЕ 4. Какие органы власти присваивают золотой знак отличия комплекса ГТО?

Ответ: федеральные

ЗАДАНИЕ 5. Укажите пропущенное слово в правильном падеже:

Гиподинамия – это состояние, когда организм испытывает ... двигательной активности.

Ответ: дефицит / недостаток

ЗАДАНИЕ 6. К какой медицинской группе относятся студенты, имеющие те или иные отклонения в физическом развитии и состоянии здоровья?

Ответ: к специальной

ЗАДАНИЕ 7. Укажите пропущенное словосочетание в правильном падеже:

За выполнение нормативов, овладение знаниями и умениями определенных ступеней Комплекса ГТО гражданам России вручают

Ответ: знак отличия

ЗАДАНИЕ 8. Какая дистанция (в метрах) на выносливость для женщин в обязательных испытаниях (тестах) есть в VI ступени ВФСК ГТО?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 2000

ЗАДАНИЕ 9. Укажите пропущенное слово в правильном падеже:

Сила – это способность человека преодолевать внешнее сопротивление или противостоять ему за счет ... усилий (напряжений).

Ответ: мышечных

ЗАДАНИЕ 10. Какое физическое качество является основой здоровья?

Ответ: выносливость

ЗАДАНИЕ 11. Укажите через запятую пропущенные слова в правильном порядке и правильных падежах:

Гибкость как физическое качество – это ... выполнять движения с ... амплитудой.

Ответ: способность, большой

ЗАДАНИЕ 12. Какое максимальное количество участников в одном забеге на дистанцию 3000 м при сдаче ГТО?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 20

ЗАДАНИЕ 13. Какое количество видов испытаний (тестов), которые необходимо выполнить для получения «золотого» знака отличия ВФСК ГТО в рамках VI ступени?
(укажите целое число цифрами)

Ответ: 9

ЗАДАНИЕ 14. Какой знак отличия Вы получите, если все виды испытаний сданы на золото и одно испытание по выбору на бронзу?

Ответ: бронзовый знак отличия

ЗАДАНИЕ 15. Сколько уровней, соответствующих знакам отличия, предусматривает ВФСК ГТО?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 3

ЗАДАНИЕ 16. Какое количество попыток дается при выполнении норматива прыжок с места?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 1

ЗАДАНИЕ 17. Укажите пропущенное слово в правильном падеже:

В федеральном законе «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» сказано: выполнять нормы испытаний комплекса ГТО должны

Ответ: добровольно

ЗАДАНИЕ 18. Какова гигиеническая норма сна (в часах)?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 8

ЗАДАНИЕ 19. Какой город стал столицей XXII Олимпийских зимних игр 2014 года?

Ответ: Сочи

ЗАДАНИЕ 20. На каком континенте еще ни разу не проводились Олимпийские игры?

Ответ: Африка

Универсальная компетенция УК-8

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Период окончания формирования компетенции: 5 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности (5 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Пострадавший внезапно потерял сознание. Дыхание присутствует. Выберите необходимое действие:

- а) **следует уложить пострадавшего в устойчивое боковое положение (позу восстановления, стабильное боковое положение)**
- б) для профилактики возможного вдыхания рвотных масс необходимо уложить пострадавшего на живот
- в) для профилактики возможного вдыхания рвотных масс следует повернуть голову пострадавшего набок
- г) для скорейшего восстановления сознания необходимо надавить пострадавшему на болевые точки (угол нижней челюсти, верхняя губа и т.д.)
- д) следует дать понюхать нашатырный спирт на ватке
- е) необходимо придать положение на спине с приподнятыми ногами для обеспечения лучшего кровоснабжения головного мозга пострадавшего

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Для наложения окклюзионной (герметизирующей) повязки при открытом пневмотораксе можно использовать

- а) Индивидуальный противохимический пакет
- б) **Пакет перевязочный медицинский**
- в) Аптечку индивидуальную АИ-2
- г) Аптечку индивидуальную АИ-4

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильные варианты ответа:

Выберите телефоны экстренных служб РФ (4 варианта ответа)

- а) **112**
- б) **101**
- в) **104**
- г) 113
- д) 105
- е) 001
- ж) 020
- з) **103**
- и) 911

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

При полном отсутствии или недостатке кислорода в воздухе применяются ... СИЗОД.

- а) фильтрующие
- б) **изолирующие**
- в) табельные
- г) простейшие

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

В случае применения каких защитных сооружений нужно пользоваться средствами индивидуальной защиты, т.к. они не обеспечивают защиты от аварийно химически опасных веществ и бактериальных средств?

- а) **простейших укрытий**
- б) убежищ
- в) противорадиационных укрытий
- г) бомбоубежищ

ЗАДАНИЕ 6. Укажите, в каких случаях осуществляется экстренное извлечение пострадавшего из аварийного автомобиля:

- а) **во всех случаях, когда пострадавшему требуется немедленное оказание первой помощи**

- б) экстренное извлечение пострадавшего производится только силами сотрудников скорой медицинской помощи или спасателями МЧС
- в) наличие угрозы для жизни и здоровья пострадавшего и невозможность оказания первой помощи в автомобиле**
- г) в случае, если у пострадавшего отсутствуют признаки серьезных травм

ЗАДАНИЕ 7. Выберите основные способы остановки кровотечения при ранении головы:

- а) прямое давление на рану, наложение давящей повязки**
- б) наложение давящей повязки, пальцевое прижатие сонной артерии
- в) пальцевое прижатие сонной артерии, наложение давящей повязки с использованием жгута
- г) применение холода в области ранения, пальцевое прижатие сонной артерии

ЗАДАНИЕ 8. Выберите основные признаки закупорки инородным телом верхних дыхательных путей тяжелой степени у пострадавшего:

- а) не может дышать или дыхание явно затруднено (шумное, хриплое), хватается за горло, не может говорить, только кивает**
- б) хватается за горло, кашляет, просит о помощи
- в) надрывно кашляет, пытается что-то сказать, лицо багровеет
- г) жалуется на наличие инородного тела в дыхательных путях, говорит, что «поперхнулся», просит постучать по спине

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

При проникающем ранении груди самое важное – это

- а) попытаться остановить кровотечение давящей повязкой
- б) не прикасаться к ране во избежание причинения вреда
- в) наложить на рану груди повязку, не пропускающую воздух (окклюзионную)**
- г) своевременно обезболить пострадавшего
- д) постоянно контролировать дыхание и кровообращение пострадавшего
- е) придать пострадавшему устойчивое боковое положение

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Если в ране находится инородный предмет, более правильным будет

- а) срочно извлечь из раны инородный предмет, остановить кровотечение доступными способами, вызвать скорую медицинскую помощь
- б) срочно извлечь из раны инородный предмет, остановить кровотечение доступными способами, вызвать скорую медицинскую помощь
- в) не предпринимать никаких действий до прибытия медицинских работников
- г) закрыть рану стерильной салфеткой, вызвать скорую медицинскую помощь, инородный предмет не извлекать**
- д) аккуратно удалить инородный предмет, кровотечение из раны остановить путем заполнения ее стерильными салфетками, вызвать скорую медицинскую помощь, положить холод на место ранения

ЗАДАНИЕ 11. Укажите основную цель обзорного (быстрого) осмотра пострадавшего:

- а) оценить его общее состояние
- б) обнаружить явные признаки наружного кровотечения (прежде всего, артериального)**
- в) попытаться обнаружить ранения различных областей тела
- г) определить, нуждается ли пострадавший в оказании первой помощи

ЗАДАНИЕ 12. Выберите последовательность подробного осмотра пострадавшего, находящегося в сознании:

- а) **голова, шея, грудная клетка, живот, ноги и руки**
- б) грудная клетка, голова и шея, ноги и руки, живот
- в) голова, грудная клетка, живот, шея, руки и ноги
- г) ноги и руки, голова и шея, грудная клетка и живот

ЗАДАНИЕ 13. Выберите виды инструктажа на рабочем месте (4 варианта ответа).

- а) **первичный**
- б) **вводный**
- в) вторичный
- г) **повторный**
- д) **внеплановый**
- е) плановый

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильные варианты ответа:

Цунами характеризуется следующим (2 варианта ответа)

- а) **несколько волн, следующих одна за другой с неравномерными интервалами**
- б) несколько волн, следующих одна за другой с относительно равномерными интервалами
- в) **самая высокая волна не всегда бывает первой**
- г) самая высокая волна ВСЕГДА бывает первой
- д) волны цунами следуют с интервалами – от 3 мин до нескольких часов

ЗАДАНИЕ 15. Укажите действия во время наводнения: (4 варианта ответа)

- а) **Ценные вещи перенесите на верхние этажи здания и сооружений**
- б) **Поднимитесь на верхние этажи, чердаки, крыши зданий и сооружений**
- в) **Отключите газ и электричество**
- г) **Возьмите с собой документы, самые необходимые вещи, небольшой запас продуктов и воды**
- д) **Включите радио для прослушивания экстренных сообщений**
- е) Брать с собой документы, самые необходимые вещи, небольшой запас продуктов и воды не рекомендуется, т.к. вы теряете время и становитесь менее мобильными. Срочно перемещайтесь как можно выше!
- ж) Не теряйте время на отключение газа и электричества, т.к. при ЧС в зоне бедствия это должно происходить автоматически
- з) Не поднимайтесь на верхние этажи, чердаки, крыши зданий и сооружений, т.к. вода изолирует вас. Нужно срочно выдвигаться в ближайший более крупный населенный пункт

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Выведение в загородную зону рабочих и служащих, членов их семей, студентов вузов и ссузов организуется через предприятия, учреждения и учебные заведения при ... принципе эвакуации.

- а) территориальном
- б) **территориально-производственном**
- в) производственном
- г) бытовом
- д) территориально-локальном

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Полную специальную обработку проводят

- а) **после выхода из зоны загрязнения (заражения)**

- б) до выхода из зоны загрязнения (заражения)
- в) до входа в зону загрязнения (заражения)

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильные варианты ответа: (3 варианта ответа)

Йодная профилактика при выбросе в окружающую среду радиоактивных изотопов йода проводится следующими препаратами:

- а) калия йодид**
- б) раствор Люголя**
- в) настойка йода 5%**
- г) калия гипохлорит
- д) раствор Рингера

ЗАДАНИЕ 19. Укажите основные формы острой лучевой болезни: (4 варианта ответа)

- а) костно-мозговая**
- б) кишечная**
- в) токсимическая**
- г) церебральная**
- д) кардиальная
- е) нейрогенная
- ж) мнимая
- з) смешанная

ЗАДАНИЕ 20. Выберите естественные источники радиации: (3 варианта ответа)

- а) излучение Солнца**
- б) радиоизотопы земной коры**
- в) газ радон**
- г) различные медицинские процедуры: компьютерная томография, лучевая терапия и т.д.
- д) длинноволновое ультрафиолетовое излучение

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильные варианты ответа: (3 варианта ответа)

К простейшим способам защиты от аммиака относят:

- а) протереть кожные покровы борным спиртом или раствором лимонной кислоты**
- б) протереть кожные покровы синильной кислоты
- в) дышать через ткань или ватно-марлевую повязку, смоченную 2-5% раствором лимонной кислоты**
- г) дышать через ткань или ватно-марлевую повязку, смоченную раствором синильной кислоты
- д) дышать через ткань или ватно-марлевую повязку, смоченную раствором пищевой соды
- е) закапать в нос несколько капель растительного масла**
- ж) закапать в нос несколько капель минерального масла

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Трансмиссивные инфекции передаются от человека к человеку с помощью/через

- а) кровососущих членистоногих**
- б) воду, пищу
- в) капельки мокроты и слизи в воздухе
- г) контакт кожных покровов или слизистых оболочек

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Массовое заболевание животных называется

- а) пандемия
- б) эпидемия
- в) эпифитотия
- г) **эпизоотия**

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Для возникновения эпидемического процесса необходим (-о, -ы)

- а) любые бактерии, вирусы, грибы
- б) большое скопление людей
- в) **патогенный микроорганизм**
- г) холодное время года

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

РСЧС – это

- а) **Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций**
- б) Российская система чрезвычайных ситуаций
- в) Российская служба чрезвычайных ситуаций

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Как называется территория разброса конструкционных материалов аварийных объектов и действия α -, β - и γ -излучений?

Ответ: Очаг аварии

ЗАДАНИЕ 2. Заполните пропуск:

В системе СИ единицей поглощенной дозы радиоактивного излучения является ...?

Ответ: Грей/Гр

ЗАДАНИЕ 3. Заполните пропуск (цифрами укажите число):

Острая лучевая болезнь развивается после кратковременного (3 суток) внешнего относительно равномерного внешнего облучения в дозах, превышающих ... Гр.

Ответ: 1

ЗАДАНИЕ 4. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

По скорости развития патологических нарушений в организме аварийно химически опасные вещества делятся на три группы. Если развитие симптомов интоксикации у пораженных аварийно химически опасными веществами наблюдается в течение нескольких минут, значит это вещества ... действия.

Ответ: быстрого

ЗАДАНИЕ 5. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Непланируемый и неуправляемый выброс (пролив, россыпь, утечка) АОВХ, отрицательно воздействующий на человека и окружающую среду называется

Ответ: химическая авария

ЗАДАНИЕ 6. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

При поражении хлором для защиты органов дыхания используется промышленный противогаз, при отсутствии противогаза – ватно-марлевая повязка, смоченная 2-5% раствором

Ответ: питьевой соды

ЗАДАНИЕ 7. Как называется временное затопление водой участков суши в результате подъема уровня воды в реках, озерах, морях?

Ответ: Наводнение

ЗАДАНИЕ 8. Признаки какой ЧС природного характера перечислены ниже?

- запах газа в районе, где раньше этого не замечалось;
- беспокойство птиц и домашних животных;
- вспышки в виде рассеянного света зарниц;
- искрение близко расположенных, но не соприкасающихся электрических проводов;
- голубоватое свечение внутренней поверхности стен домов;
- самопроизвольное загорание люминесцентных ламп.

Ответ: Близкого землетрясения

ЗАДАНИЕ 9. Признаками какого пожара является горячая земля и струйки дыма из почвы?

Ответ: Подземного

ЗАДАНИЕ 10. Какой режим функционирования единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) вводится при возникновении и во время ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера?

Ответ: Режим чрезвычайной ситуации

ЗАДАНИЕ 11. Какие подсистемы единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) создаются федеральными органами исполнительной власти в министерствах, ведомствах для решения специальных задач по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций в сфере их деятельности и порученных им отраслях экономики?

Ответ: Функциональные

ЗАДАНИЕ 12. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Область научных знаний, изучающая общие проблемы опасности, угрожающие человеку и среде его обитания и разрабатывающая соответствующие способы защиты от них – это

Ответ: Безопасность жизнедеятельности

ЗАДАНИЕ 13. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Территория, на которой сложилась ЧС называется

Ответ: Зона чрезвычайной ситуации

ЗАДАНИЕ 14. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Совокупность взаимосвязанных по времени, ресурсам, и месту проведения мероприятий, направленных на предотвращение или предельное снижение потерь населения и угрозы его жизни и здоровью от поражающих факторов называется

Ответ: защита населения в чрезвычайных ситуациях

ЗАДАНИЕ 15. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Комплекс мероприятий по организованному вывозу (выводу) нетрудоспособного и не занятого в производстве населения, а также рабочих и служащих объектов экономики, прекращающих производственную деятельность, из зоны вероятной или случившейся ЧС в безопасные районы, а также жизнеобеспечение эвакуированных в районе размещения называется

Ответа. эвакуация

ЗАДАНИЕ 16. Заполните пропуск (в соответствующем падеже):

Средства коллективной защиты населения – инженерные сооружения гражданской обороны, предназначенные для защиты от оружия массового поражения и других

современных средств нападения. Они подразделяются на противорадиационные укрытия, простейшие укрытия и

Ответ: убежища

3) открытые задания (ситуационные задачи, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Укажите основные способами борьбы с лесными пожарами.

Пример ответа: Захлестывание кромки огня, засыпка его землей, заливка водой (химикатами), создание заградительных и минеральных полос, пуск встречного огня (отжиг).

ЗАДАНИЕ 2. Сформулируйте рекомендации по наполнению тревожного чемодана на случай возникновения ЧС.

Пример ответа: Аптечка первой помощи, ремонтный комплект (нитки, иголки и пр.), спички (лучше охотничьи), 2-3 газовые зажигалки, мини радиоприёмник с дополнительными элементами питания, фонарь с дополнительными элементами питания, охотничий и универсальный нож (мультитул), теплая одежда и обувь, комплект сменного белья, постельные принадлежности, средства личной гигиены, продукты питания и вода на 2-3 дня, одноразовая посуда, свисток, средства индивидуальной защиты, документы, деньги. Уложить все это в рюкзак или чемодан объёмом 50 л, яркой расцветки со светоотражающими полосами.

ЗАДАНИЕ 3. Семья из трёх человек – родители и ребенок 5 лет. Сформулируйте рекомендации о проведении йодной профилактики препаратом калия йодид.

Пример ответа: Родители применяют калия йодид 1 раз в день по 125 мкг, ребенок - 1 раз в день по 40 мкг.

ЗАДАНИЕ 4. Вы упали на рельсы в метро. Приближение поезда не слышно. Вы не травмированы, можете идти. Ваши действия? Какие действия недопустимы?

Пример ответа: Двигаться под часы (в эту сторону придет голова состава). Под часами зайти на 1-2 м за указательную линию (типа «зебра»). Остановиться. Лечь между рельсами. До линии состав сделает остановку. Не пытаться подтянуться за край платформы из-за опасности травмирования электрическим током. Не уходить далеко вглубь тоннеля.

ЗАДАНИЕ 5. Вы видите, что человек упал между вагонами стоящего поезда. Ваши действия?

Пример ответа: Заблокировать дверь любым подручным предметом (сумка, бутылка с водой, книга и т.п.). Взять в руку яркую ткань (шарф, платок и т.п.) и совершая круговые движения руки над головой двигаться в сторону головы состава (там, где находится машинист). Попросить прохожих сообщить о человеке дежурному по станции.

ЗАДАНИЕ 6. Прозвучал сигнал «Внимание всем!». В речевом сообщении указано, что произошел выброс аммиака. Сформулируйте рекомендации о простейших способах защиты населения от аммиака.

Пример ответа: При поражении аммиаком кожу промыть 2% раствором борной кислоты или 5% раствором лимонной кислоты. В глаза закапать 30% раствор альбумида, в нос – несколько капель любого растительного масла. Для защиты органов дыхания использовать промышленный противогаз, при его отсутствии - ватно-марлевая повязка, смоченная 5% раствором лимонной кислоты.

ЗАДАНИЕ 7. Какие преимущества имеет, применяемый в РФ, комбинированный способ эвакуации?

Пример ответа: Комбинированный способ эвакуации имеет два преимущества – сокращение сроков эвакуации и наибольший охват населения.

ЗАДАНИЕ 8. Произошло возгорание масла на сковороде во время приготовления пищи на кухне. Ваши действия?

Пример ответа: Накрыть сковороду крышкой для прекращения поступления кислорода воздуха, который поддерживает горение масла.

ЗАДАНИЕ 9. Вы почувствовали запах газа в подъезде. Ваши действия?

Пример ответа: Открыть дверь и окна в подъезде для проветривания. Вызвать аварийную службу газа по номеру 104 или 112. Выйдите сами и выведите людей из зоны утечки газа (не менее 5 м); не допускайте в зону утечки посторонних людей и автотранспорт; дождитесь прибытия бригады.

ЗАДАНИЕ 10. Вас сбивает автомобиль, и избежать этого уже нельзя. Каким образом можно постараться уменьшить вероятность получения серьезных травм?

Пример ответа: Необходимо сгруппировавшись (подтянуть колени к животу) прыгнуть на капот автомобиля или лобовое стекло и защитить голову руками.

ЗАДАНИЕ 11. Произошел выброс радиоактивных веществ. Человек жалуется на тошноту, рвоту, скачки давления, нарушение стула. С каким состоянием организма, скорее всего, связаны эти симптомы?

Пример ответа: Острая лучевая болезнь

ЗАДАНИЕ 12. При оказании первой помощи пострадавшему, какие мероприятия нужно произвести самыми первыми и почему?

Пример ответа: Оценить наличие угрожающих факторов для собственной безопасности. Чтобы количество пострадавших не увеличилось.

ЗАДАНИЕ 13. Для распространения инфекционных болезней в человеческом коллективе необходимо три взаимодействующих звена (факторы эпидемического процесса). Укажите их.

Пример ответа: 1 звено – источник инфекции, который выделяет микроба-возбудителя болезни; 2 звено – механизм передачи возбудителей инфекционной болезни; 3 звено – восприимчивое население (восприимчивый организм).

Универсальная компетенция УК-9

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.08 Экономика (4 семестр)

Б1.О.08 Экономика и финансовая грамотность

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Что собой представляет страхование?

- а) страхование – это взаимодействие между страховщиком и страхователем
- б) страхование выражает совокупность экономических отношений, возникающих между продавцом и покупателем страховой услуги**
- в) страхование – это процесс передачи страхового полиса физическому или юридическому лицу
- г) страхование представляет собой организационную форму предоставления страховой услуги

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Страхование гражданской ответственности относится к

- а) имущественному страхованию**
- б) личному страхованию
- в) страхованию убытков
- г) личному страхованию и страхованию убытков

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Пенсия – это

- а) регулярная денежная выплата, которая является средством существования
- б) страхование работающих от утраты трудоспособности
- в) регулярная денежная выплата, которую человек начинает получать при признании его нетрудоспособным, при утрате близкого человека, доход которого является единственным средством существования, а также за выслугу лет и особые заслуги перед государством**
- г) регулярная денежная выплата, которую человек начинает получать при признании его нетрудоспособным

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Какие бывают пенсионные системы по характеру участия?

- а) распределительные и накопительные
- б) обязательные и добровольные**
- в) распределительные и добровольные
- г) обязательные и накопительные

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Какая организация осуществляет регулирование страхового рынка в России?

- а) Министерство экономического развития
- б) Министерство финансов
- в) Торгово-промышленная палата
- г) Банк России**

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какой результат отражает прибыль от реализации продукции предприятия?

- а) денежное выражение всей стоимости товаров
- б) финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия**
- в) материальный результат производства продукции
- г) социально-экономический результат

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Механизм денежного возмещения износа средств труда называется

- а) кругооборотом капитала
- б) авансированием капитала
- в) оборотом капитала

г) амортизацией основного капитала

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Период, в течение которого фирма может изменить количество всех используемых ею производственных ресурсов, называется

- а) **долгосрочным**
- б) краткосрочным
- в) мгновенным
- г) среднесрочным

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Чистая прибыль не используется для формирования какого из фондов?

- а) фонд накопления
- б) фонд потребления
- в) резервный фонд
- г) **фонд заработной платы**

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Что характеризует эффективность фирмы?

- а) массу прибыли
- б) **соотношение результатов хозяйственной деятельности и связанных с их достижением затрат**
- в) отношение стоимости материальных затрат к себестоимости продукции
- г) выручку, приходящуюся на единицу проданных изделий

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Предельная склонность к потреблению – это

- а) соотношение между приростом потребления и приростом сбережений
- б) **соотношение между приростом потребления и приростом дохода**
- в) соотношение между приростом сбережения на единицу прироста дохода
- г) соотношение между приростом дохода и приростом потребления

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Диверсификация как метод управления инвестиционными рисками – это

- а) снижение доходов вследствие наличия противоречий в законодательной базе
- б) **включение в портфель ценных бумаг с различными параметрами риска и ожидаемой доходности**
- в) реализация всех ценных бумаг с низким уровнем доходности
- г) вложение всех средств в ценные бумаги одного предприятия

ЗАДАНИЕ 13. Укажите собственные средства предприятия для осуществления инвестиций:

- а) **прибыль**
- б) банковский кредит
- в) средства муниципального бюджета
- г) средства от продажи корпоративных облигаций

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из названных факторов экономического роста является интенсивным?

- а) рост количества рабочей силы на предприятии
- б) покупка дополнительного оборудования, аналогичных уже имеющимся
- в) **совершенствование технологий**

г) увеличение объема инвестиций при сохранении существующего уровня технологии

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Экономический рост, сопровождаемый повышением качества выпускаемой продукции, ростом производительности труда и ресурсосбережения, называется

- а) экстенсивным
- б) интенсивным**
- в) интегрированным
- г) нейтральным

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из перечисленных явлений не соответствует периоду экономического спада?

- а) снижение инвестиций в оборудование с длительным сроком служб
- б) сокращение налоговых поступлений
- в) снижение прибылей предприятий
- г) уменьшение объема пособий по безработице**

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Подавленная (скрытая) инфляция проявляется

- а) во все меньшем разрыве между ценой на товары, устанавливаемой государством, и рыночной ценой на эти же товары, складывающейся под влиянием спроса и предложения
- б) в появлении у производителей стимулов к увеличению количества производимой продукции
- в) в возникновении у производителей стимулов к повышению качества производимой продукции
- г) в дефиците товаров и услуг в стране**

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Открытая инфляция характеризуется

- а) постоянным повышением цен**
- б) ростом дефицита товаров
- в) увеличением денежной массы
- г) снижением качества выпускаемой продукции

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Кривая Филлипса характеризует связь между:

- а) налоговыми ставками и объемом налоговых поступлений
- б) уровнем безработицы и годовым темпом роста уровня цен**
- в) нормой процента и денежной массой в обращении
- г) уровнем безработицы и объемом ВВП

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Полная занятость связана с

- а) полным отсутствием безработных
- б) гиперинфляцией
- в) естественным уровнем безработицы**
- г) циклической безработицей

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Спрос на факторы производства является производным, так как

- а) определяется спросом на готовую продукцию**
- б) без факторов производства невозможно производство товаров

- в) от количества приобретаемых факторов производства зависит объем производства
- г) все факторы производства между собой взаимосвязаны

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Субъектами предложения на рынке труда являются

- а) государство
- б) домашние хозяйства**
- в) фирмы
- г) некоммерческие организации

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Как, согласно экономической теории, рост заработной платы влияет на предложение труда работника?

- а) количество часов работы однозначно растет
- б) количество часов работы однозначно сокращается
- в) количество часов работы может как вырасти, так и сократиться, это зависит от предпочтений индивида**
- г) количество часов работы не изменится

ЗАДАНИЕ 24. Какое из нижеперечисленных положений относительно трудового договора и договора гражданско-правового характера (ГПХ), заключающиеся при трудоустройстве на работу, является верным?

- а) Ни при трудовом договоре, ни при ГПХ не положен ежегодный оплачиваемый отпуск и учебный отпуск
- б) Период работы по договору ГПХ не включается в страховой стаж, дающий право на страховую пенсию по старости, так как работодатель не обязан перечислять в Пенсионный фонд страховые взносы, которые он начислил на вознаграждение по договору ГПХ
- в) Работа по трудовому договору и по договору ГПХ регулируется трудовым кодексом РФ;
- г) Предмет договора ГПХ – конечный результат работы или оказания услуги, который работодатель принимает в срок, установленный договором, процесс выполнения работы заказчика, как правило, не интересует**

ЗАДАНИЕ 25. Какое из нижеперечисленных положений о минимальном размере оплате труда (МРОТ) является верным?

- а) МРОТ служит только для определения размеров пособий по временной нетрудоспособности
- б) МРОТ не может быть ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения**
- в) Регионы устанавливают свой МРОТ, который может быть ниже федерального
- г) Согласно методике расчета, МРОТ составляет 42% от средней заработной платы

ЗАДАНИЕ 26. Иванов И.И. планировал отправиться в путешествие в Бразилию. Целый год он откладывал определённую часть зарплаты для последующего приобретения туристической путёвки. Какую функцию денег иллюстрирует данный пример?

- а) мера стоимости
- б) мировые деньги
- в) средство накопления**
- г) средство обращения

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

К функциям ЦБ не относится

- а) эмиссия денежных знаков
- б) регулирование денежного обращения в соответствии с потребностями экономики
- в) хранение золотовалютных резервов страны
- г) **выдача кредитов населению**

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Денежно-кредитная политика проводится

- а) правительством страны
- б) всеми финансово-кредитными учреждениями страны
- в) **Центральным банком страны**
- г) министерством финансов

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

К инструментам денежно-кредитной политики не относится

- а) регулирование учетной ставки
- б) регулирование нормы обязательных резервов
- в) операции на открытом рынке
- г) **изменение налоговых ставок**

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

В чем состоит разница между кредитом и займом?

- а) деньги, полученные по договору займа, возвращать не обязательно
- б) **кредиты выдают банки, а МФО и ломбарды выдают займы**
- в) заём может выдавать только один гражданин другому гражданину
- г) заём выдается только на сумму не более 100 тыс. рублей

ЗАДАНИЕ 31. Выберите правильные варианты ответа:

Кредитная карта в общем случае позволяет своему владельцу

- а) **использовать безналичную форму расчетов за товары и услуги**
- б) снимать наличные средства в банкомате без дополнительных комиссий
- в) **получить доступ к дополнительному источнику заемных средств**
- г) обеспечить более надежную защиту от несанкционированного доступа к своим средствам, чем дебетовая карта

ЗАДАНИЕ 32. Выберите однозначно правильные 2 варианта ответа:

Чем безналичные расчеты могут быть удобнее наличных?

- а) **быстрота совершения операций, даже с контрагентами, находящимися вне оперативной доступности**
- б) анонимность и конфиденциальность
- в) отсутствие комиссий
- г) невозможность потерять
- д) **наличие отметок, подтверждающих осуществление платежа**

ЗАДАНИЕ 33. Укажите все правильные утверждения касательно криптовалюты (2 варианта):

- а) **криптовалюта – это цифровые деньги, существующие только в виртуальном пространстве интернет**
- б) криптовалюту можно приобрести в обменном пункте, как любую другую валюту

- в) единицы криптовалюты создаются посредством использования компьютерных мощностей
- г) Выпуском криптовалюты занимается ее автор-разработчик
- д) существует только одна криптовалюта – биткойн, остальные являются подделкой
- е) существует орган, который контролирует цифровые монеты криптовалют, влияет на их курс и объем в сети, а также может заблокировать транзакции, счета и так далее
- ж) криптовалютой можно расплачиваться в любых магазинах, которые принимают банковские карточки

ЗАДАНИЕ 34. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое Агентство по страхованию вкладов?

- а) организация, осуществляющая надзор за деятельностью страховых компаний
- б) **организация, которая обеспечивает осуществление страховых выплат при отзыве лицензии у банка или его банкротстве**
- в) банк, через который страховые компании выплачивают страховые возмещения своим клиентам
- г) государственный орган, в задачи которого входит обеспечение устойчивости национальной валюты и платежной системы

ЗАДАНИЕ 35. Продолжите утверждение:

Чем выше ставка рефинансирования, тем ...

- а) дешевле будет взять кредит на автомобиль
- б) больше бизнесмены будут инвестировать
- в) **больше процентов по депозиту получит вкладчик**
- г) дешевле для коммерческого банка будет кредит в ЦБ

ЗАДАНИЕ 36. Укажите неверные утверждения (2 варианта):

- а) кредит лучше брать в той валюте, в которой вы получаете зарплату
- б) проценты по кредитам обычно выше, чем проценты по вкладам
- в) **годовая процентная ставка по займам в МФО существенно ниже, чем по банковским кредитам**
- г) для некоторых кредитных карт предусмотрен беспроцентный период
- д) **трудности с возвратом денежных средств, взятых в долг у банка, не возникнут, если платежи по кредиту превышают 50% ежемесячного совокупного дохода**

ЗАДАНИЕ 37. Выберите правильный вариант ответа:

Какой вид страхования является обязательным для заемщика при взятии ипотечного кредита?

- а) добровольное медицинское страхование
- б) **страхование недвижимого имущества, являющегося предметом залога**
- в) страхование жизни и/или здоровья заемщика
- г) накопительное страхование жизни

ЗАДАНИЕ 38. Выберите правильный вариант ответа:

К доходам государственного бюджета не относятся ...

- а) доходы от приватизации
- б) акцизы
- в) **зарплата государственных служащих**
- г) доходы от продажи государственных ценных бумаг

ЗАДАНИЕ 39. Выберите правильные варианты ответа (2 варианта):

К косвенным налогам в РФ не относятся:

- а) налог на добавленную стоимость
- б) налог на прибыль**
- в) таможенная пошлина
- г) транспортный налог**

ЗАДАНИЕ 40. Выберите правильный вариант ответа:

Установленный законом механизм пропорционального уменьшения всех расходных статей, применяемое государством для искусственного снижения бюджетного дефицита – это

- а) бюджетный процесс
- б) бюджетный федерализм
- в) секвестр**
- г) реструктуризация

ЗАДАНИЕ 41. Выберите правильные 2 варианта ответа:

В каких случаях из перечисленных ниже вы должны самостоятельно составить и подать налоговую декларацию о полученных доходах и уплатить с них НДФЛ?

- а) выигрыш в лотерею в размере 10000 руб.**
- б) зарплата, полученная от работодателя в рамках трудового контракта
- в) арендная плата, полученная от сдачи квартиры**
- г) дивиденды, полученные по ценным бумагам, которые по договору доверительного управления приобрел для вас банк

ЗАДАНИЕ 42. Выберите правильные варианты ответа:

Какие виды дохода не подлежат налогообложению? (2 варианта)

- а) доходы от продажи квартиры, которая находилась в собственности 2 года
- б) стипендии**
- в) заработная плата в случае, если ее размер не превышает 20000 руб.
- г) вознаграждение в размере 4 млн. руб, который получил спортсмен, занявший первое место на Олимпийских играх**

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Какой риск можно передать в страховую компанию?

Ответ: чистый риск

ЗАДАНИЕ 2. Кем является клиент страховой компании в процедуре страхования?

Ответ: страхователь

ЗАДАНИЕ 3. Как называется суммарная продолжительность периодов работы, в течение которых с заработной платы работников уплачиваются страховые взносы в Пенсионный Фонд РФ?

Ответ: страховой стаж

ЗАДАНИЕ 4. Какой вид страхования включает медицинское страхование?

Ответ: личное страхование

ЗАДАНИЕ 5. Это вложения средств в денежной, материальной и нематериальной формах в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли.

Ответ: инвестиции

ЗАДАНИЕ 6. Как называется ценная бумага, удостоверяющая отношения по займу и дающие право владельцу на получение заранее определенного дохода в оговоренные сроки?

Ответ: облигация

ЗАДАНИЕ 7. В какой фазе экономического цикла происходит превышение докризисного уровня ВВП?

Ответ: в фазе подъема / подъем

ЗАДАНИЕ 8. Какая фаза экономического цикла характеризуется минимальной ставкой процента?

Ответ: фаза депрессии / депрессия

ЗАДАНИЕ 9. Период времени, в течение которого страхователь вправе отказаться от договора страхования и получить возврат уплаченной страховой премии в полном объеме установлен сроком ... календарных дней с даты заключения договора страхования (цифрами укажите целое числовое значение).

Ответ: 14

ЗАДАНИЕ 10. Агентство по страхованию вкладов страхует вклады как индивидуальных предпринимателей, так и физических лиц, в размере ... руб. страхования (цифрами укажите целое числовое значение).

Ответ: 1400000

ЗАДАНИЕ 11. Укажите через запятую пропущенные слова в правильном порядке и правильных падежах:

При стагнации производства Центральный банк ... ставку рефинансирования, а в случае повышенного спроса на денежные ресурсы и ускорения роста цен Центральный банк ... ставку рефинансирования.

Ответ: уменьшает/снижает ИЛИ увеличивает/повышает

ЗАДАНИЕ 12. Укажите пропущенное слово в правильном падеже:

Сумма превышения расходов бюджета над его доходами представляет собой ... государственного бюджета.

Ответ: дефицит

ЗАДАНИЕ 13. Определите размер страховой пенсии по старости в 2019 г., если гражданин с накопленными 40 пенсионными баллами выходил на пенсию. При этом стоимость пенсионного бала была равна 87 руб., фиксированная выплата – 5334 руб.

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 8814

ЗАДАНИЕ 14. Объем выпуска фирмы за месяц составляет 2000 ед. товара, цена реализации единицы товара – 70 р., средние валовые издержки (АТС) на единицу товара при данном объеме выпуска товара составляют 40 р. Определите величину валовой (общей) прибыли, полученной фирмой за месяц (в рублях).

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответа: 60000

ЗАДАНИЕ 15. Если при увеличении располагаемого дохода с 200 до 400 млн.руб. сбережения домохозяйств увеличились с 40 до 80 млн.руб., то чему равна предельная склонность к потреблению (в %)?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 80

ЗАДАНИЕ 16. Определите курс акции (в ден.ед.), номинальная стоимость которой равна 1000 ден.ед. Выплачиваемый на нее дивиденд составляет 18 %, ставка банковского процента составляет 12 % годовых.

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 1500

ЗАДАНИЕ 17. Номинальная ставка процента в течение 2-х лет одинаковая и составляет 11%, а уровень инфляции изменился с 8% (в первый год) до 6% (во второй год). Найти как изменится реальная ставка процента во втором году по сравнению с первым?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 2

ЗАДАНИЕ 18. В данном году потенциальный объем ВВП составляет 5000 млрд. ден. ед., а фактический уровень безработицы равен 7% при естественном уровне 4% (коэффициент Оукена 2,5). Найти насколько фактический ВВП отклоняется от своего потенциального значения?

В ответе цифрами укажите числовое значение.

Ответ: 7,5

ЗАДАНИЕ 19. Какую сумму (в руб.) за месяц получит человек на руки, если он устроился на работу в организацию, оформив трудовой договор с официальным окладом в 50000 руб.?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 43500

ЗАДАНИЕ 20. Какую сумму (в руб.) за месяц потратит работодатель на сотрудника, которого он взял на работу по трудовому договору с официальным окладом в 80000 руб.?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 10400 ИЛИ 10416

ЗАДАНИЕ 21. Заработная плата работающего члена семьи составляет 60000 руб. При этом, официально объявленный темп инфляции за год составил 12%. Тогда реальная заработная плата в денежном выражении снизилась на ... руб.

В ответе цифрами укажите округленное до целого числовое значение.

Ответ 6429

ЗАДАНИЕ 22. Чему равен темп инфляции (в %), если номинальная заработная плата увеличилась на 10%, а при этом реальная снизилась на 7%?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 17

ЗАДАНИЕ 23. Госпожа Сыроежкина открыла вклад с капитализацией процентов в банке "Успех" на свое имя в размере 100000 рублей. По условиям банка этот вклад клиент может забрать только через 5 лет, а до этого момента банк обещает ежегодно начислять 7% в рублях. Сколько денег сможет получить Сыроежкина в конце срока вклада?

В ответе цифрами укажите округленное до целого числовое значение.

Ответ: 140255

ЗАДАНИЕ 24. Какую сумму нужно положить в банк человеку, желающему через 3 года приобрести квартиру, стоимостью 4000000 руб., если процентная ставка по вкладам в банке составляет 12% (сложные проценты с ежегодным начислением)?

В ответе цифрами укажите округленное до целого числовое значение.

Ответ: 2847121

ЗАДАНИЕ 25. Официальная заработная плата Сидорова А.П. в 2021 г. составила 600000 руб. Сидоров А.П. в этом году оплатил свое обучение на общую сумму 150000 руб. Какую сумму (в руб.) сможет вернуть себе Сидоров А.П., если подаст документы на вычет в налоговый орган в 2022 году?

В ответе цифрами укажите округленное до целого числовое значение.

Ответ: 15600

ЗАДАНИЕ 26. Рассчитайте курсовую стоимость акции на рынке ценных бумаг, если номинальная стоимость акции 1000 руб., размер дивиденда – 30%, ссудный процент – 25%.

В ответе цифрами укажите округленное до целого числовое значение.

Ответ: 1200

ЗАДАНИЕ 27. Страна производит автомобили и пушки:

Автомобили (шт)	4	3	2	1	0
Пушки (шт)	0	5	10	15	20

Альтернативные издержки производства одного дополнительного автомобиля составляют?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 5

ЗАДАНИЕ 28. При повышении цены товара на 10%, спрос на него снизился на 12%. Чему равен коэффициент ценовой эластичности спроса?

В ответе цифрами укажите числовое значение.

Ответ: 0,5

ЗАДАНИЕ 29. Кривая спроса на лыжи в небольшом городке Калач описывается следующим уравнением: $Q_d = 700 - 2P$, где Q_d – объем спроса в месяц, P – цена. Кривая предложения рюкзаков описывается следующим уравнением: $Q_s = -100 + 2P$, где Q_s – месячный объем предложения. Какова равновесная цена товара?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 200

ЗАДАНИЕ 30. Если землевладелец ежегодно получает 72000 рублей земельной ренты, а банк оплачивает вкладчикам 12% годовых, то чему равна цена земельного участка?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 600000

ЗАДАНИЕ 31. Определите средние переменные издержки, если в краткосрочном периоде фирма производит 400 единиц продукции при общих издержках 5000 руб., в том числе 1000 руб. составляют постоянные издержки.

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 10

ЗАДАНИЕ 32. Семья Ивановых состоит из пяти человек: студент Иван, его мама, папа, бабушка и дедушка. Мама получает заработную плату, работая врачом в больнице, 35 000 р. (без учета подоходного налога). Папа – инженер на заводе, получает зарплату 52 000 р. (без учета подоходного налога). Бабушка и дедушка получают пенсию соответственно 12 000 р. и 14 000 р. Стипендия Ивана – 2500

рублей. Каков доход семьи Ивановых в расчете на одного человека после вычета налогов?

В ответе цифрами укажите целое числовое значение.

Ответ: 20838

Универсальная компетенция УК-10

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

Период окончания формирования компетенции: 5 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.03 Основы права и противодействие противоправному поведению(5 семестр);

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

В каком году была принята Конституция Российской Федерации?

- а) 1993 году**
- б) 2003 году
- в) 1983 году

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Конституция Российской Федерации принята

- а) на всенародном голосовании**
- б) на заседании парламента
- в) выборщиками от регионов

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Президент Российской Федерации является

- а) главой государства**
- б) главой исполнительной власти
- в) главой законодательной власти

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется Парламент Российской Федерации?

- а) Федеральное Собрание Российской Федерации**
- б) Конституционное Собрание Российской Федерации
- в) Совет безопасности РФ

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Каким государством по форме государственно-территориального устройства является Россия:

- а) унитарным
- б) федеративным**
- в) конфедерацией

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какие категории преступлений предусмотрены в УК РФ?

- а) небольшой тяжести, средней тяжести, тяжкие, особо тяжкие**
- б) не представляющие большой общественной опасности
- в) особо опасные

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Какую характеристику Российской Федерации отражает это конституционное положение:

«Никакая религия не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной»?

- а) **светское государство**
- б) демократическое государство
- в) правовое

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Какую характеристику Российской Федерации отражает это конституционное положение:

«Государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека»?

- а) правовое государство
- б) **социальное государство**
- в) демократическим государством

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

В соответствии с теорией разделения властей государственная власть подразделяется на:

- а) федеральную, региональную, местную
- б) **законодательную, исполнительную, судебную**
- в) политическую, экономическую, военную

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Какая форма субъекта Российской Федерации предусмотрена в Конституции Российской Федерации?

- а) **край**
- б) автономный край
- в) независимый край

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Причинение вреда в состоянии необходимой обороны с соблюдением условий ее правомерности

- а) **исключает преступность деяния**
- б) смягчает наказание
- в) никак не влияет

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Утрата доверия государственного лица за совершенные коррупционные действия возможна

- а) **при установленном факте получении взятки**
- б) при опоздании на работу
- в) при супружеской измене

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

Президентом Российской Федерации может быть избран гражданин РФ не моложе

- а) 21 года
- б) **35 лет**
- в) 45 лет

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Какое количество депутатов работает в составе Государственной Думы?

- а) **450**
- б) 225
- в) 600

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Какой город не является городом федерального значения?

- а) Москва
- б) Севастополь
- в) **Владивосток**

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Какого судебного органа не существует в России?

- а) Верховный Суд Российской Федерации
- б) **Высший Арбитражный Суд Российской Федерации**
- в) Конституционный Суд РФ

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

По общему правилу – возраст, с которого допускается заключение трудового договора

- а) **16 лет**
- б) 18 лет
- в) 14 лет

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Что является основным источником семейного права в РФ?

- а) Кодекс РФ о браке и семье
- б) **Семейный кодекс РФ**
- в) Брачно-семейный кодекс РФ

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Как верно называется сторона трудовых отношений?

- а) **работник**
- б) трудящийся
- в) нанимающийся

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Минимальный размер оплаты труда устанавливается федеральным законом

- а) **для всей территории РФ**
- б) отдельно в каждом субъекте РФ
- в) только в городах федерального значения

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Какое из нижеуказанных действий является коррупционным нарушением?

- а) получение премии за добросовестное выполнение служебных обязанностей
- б) **получение должностным лицом в качестве подарка скидки, ссуды, бесплатной услуги от физических лиц и организаций, в отношении которых осуществлял государственные функции**
- в) получение подарка от члена своей семьи

ЗАДАНИЕ 22. Выберите неправильный вариант ответа:

К условиям заключения брака в РФ относятся:

- а) наличие взаимного добровольного согласия мужчины и женщины, вступающих в брак, достижение брачного возраста
- б) отсутствие препятствий к заключению брака, предусмотренных
- в) семейным законодательством
- г) **наличие взаимного добровольного согласия мужчины и женщины, вступающих в брак, а также их родителей (лиц, их заменяющих)**

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Все ли уголовные наказания в Российской Федерации назначаются по приговору суда?

- а) **да**
- б) нет
- в) нет, отдельные наказания (штраф, арест) накладываются иными государственными органами

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Фактическое допущение работника к работе без ведома или поручения работодателя либо его уполномоченного на это представителя

- а) **запрещается**
- б) разрешается
- в) разрешается, если работнику не менее 18 лет

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

По общему правилу срочный трудовой договор заключается

- а) **на срок не более 5 лет**
- б) на срок не более 2 лет
- в) на срок не более 3 лет

2) открытые задания (ситуационные задачи, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Является ли правомерным лишение гражданства Российской Федерации в отношении гражданина Российской Федерации, осужденного за разглашение государственной тайны? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ гражданин Российской Федерации не может быть лишен своего гражданства или права изменить его.

ЗАДАНИЕ 2. В Центральную избирательную комиссию Российской Федерации поступило заявление урожденного гражданина России Н. о регистрации в качестве кандидата в Президенты Российской Федерации. Ему было отказано в регистрации, мотивируя отказ тем, что возраст Н. 30 лет. Правомерен ли отказ Центральной избирательной комиссии Российской Федерации? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Конституции РФ Президентом Российской Федерации может быть избран гражданин Российской Федерации не моложе 35 лет.

ЗАДАНИЕ 3. Гражданин Н. был задержан сотрудниками органов внутренних дел на 72 часа, затем отпущен без объяснения причины задержания. Правомерно ли задержание лица на такой срок? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ до судебного решения лицо не может быть подвергнуто задержанию на срок более 48 часов.

ЗАДАНИЕ 4. Гражданин Российской Федерации в военкомате заявил, что убеждениям противоречит несение военной службы. Возможна ли в таком случае замена несения военной службы альтернативной гражданской службой? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Конституции РФ гражданин Российской Федерации в случае, если его убеждениям противоречит несение военной службы, имеет право на замену ее альтернативной гражданской службой.

ЗАДАНИЕ 5. На период своей временной нетрудоспособности Президент Российской Федерации поручил исполнение своих обязанностей Председателю Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Правильно ли поступил Президент РФ? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ во всех случаях, когда Президент Российской Федерации не в состоянии выполнять свои обязанности, их временно исполняет Председатель Правительства Российской Федерации.

ЗАДАНИЕ 6. В ходе Всероссийском переписи населения гражданин сообщил переписчику, что он представитель древнего народа - печенегов, и попросил внести эту информацию о себе в бланк переписи. Правомерно ли внесение информации о национальности со слов гражданина? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Конституции РФ каждый вправе определять и указывать свою национальную принадлежность.

ЗАДАНИЕ 7. Президент Российской Федерации своим указом назначил Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами Российской Федерации министра обороны. Это правомерно? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ Президент Российской Федерации является Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами Российской Федерации.

ЗАДАНИЕ 8. В рамках реализации функции обеспечения проведения в Российской Федерации единой финансовой, кредитной и денежной политики Правительство Российской Федерации издало постановление «О денежной эмиссии». Правомерно ли это? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ денежная эмиссия осуществляется исключительно Центральным банком Российской Федерации.

ЗАДАНИЕ 9. Государственная Дума большинством голосов депутатов приняла решение об отрешении Президента Российской Федерации от должности. Это правомерно? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ Президент Российской Федерации может быть отрешен от должности Советом Федерации.

ЗАДАНИЕ 10. Гражданин Н., отбывающий наказание в виде лишения свободы, обратился в избирательную комиссию с заявлением о том, чтобы ему была предоставлена возможность голосования на выборах депутатов Государственной Думы. Будет ли ему предоставлено право участвовать в голосовании? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Конституции РФ не имеют права избирать граждане, содержащиеся в местах лишения свободы по приговору суда.

ЗАДАНИЕ 11. Депутат Государственной Думы Н. работает по совместительству преподавателем конституционного права в одном из высших учебных заведений. Является ли этот вид занятости депутата правомерным? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Конституции РФ Депутаты Государственной Думы не могут находиться на государственной службе, заниматься другой оплачиваемой деятельностью, кроме преподавательской, научной и иной творческой деятельности.

ЗАДАНИЕ 12. Приказом директора государственного завода было предусмотрено, что все поступающие на работу должны пройти испытание не менее одного месяца. Прав ли директор? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Трудового кодекса РФ при заключении трудового договора в нем может быть предусмотрено условие об испытании работника по соглашению сторон.

ЗАДАНИЕ 13. При заключении трудового договора в него не были включены сведения об ИНН работника. Является ли это основанием для признания трудового договора незаключенным или его расторжения? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Согласно Трудового кодекса РФ если при заключении трудового договора в него не были включены какие-либо сведения из числа предусмотренных законом, то это не является основанием для признания трудового договора незаключенным или его расторжения.

ЗАДАНИЕ 14. Работник организации предупредил о досрочном расторжении трудового договора по его желанию работодателя за две недели. Это правомерно? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Трудового кодекса РФ работник имеет право расторгнуть трудовой договор, предупредив об этом работодателя в письменной форме не позднее чем за две недели.

ЗАДАНИЕ 15. При поступлении на работу работодатель потребовал от гражданина предоставления страховой номер индивидуального лицевого счета (СНИЛС). Правомерно ли такое требование? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Согласно Трудового кодекса РФ лицо, поступающее на работу, предъявляет работодателю документ, подтверждающий регистрацию в системе индивидуального (персонифицированного) учета

ЗАДАНИЕ 16. Во время рассмотрения темы «Источники права» студент Семенов объяснил, что нормативно-правовым актом следует считать обычай, установленный государством, и именно он обладает общеобязательной силой. По мнению студентки Вергизовой, нормативный правовой акт — это решение, которое принимается судом по конкретному делу, которое также обладает общеобязательной силой. Студент Петров был с этим не согласен. Он утверждал, что нормативный правовой акт — это официальный документ, который создан специально уполномоченными на то государственными органами и содержит общеобязательные юридические нормы. Кто из студентов дал правильный ответ? Обоснуйте свое решение.

Ответ: Студент Петров, т.к. нормативный правовой акт – это официальный документ, принятый в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение и отмену правовых норм. Это главный источник права для российской правовой системы.

ЗАДАНИЕ 17. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет, не правы, в соответствии со ст. 503 Гражданского кодекса РФ, ст. 18 Закона «О защите прав потребителей» в случае обнаружения потребителем недостатков товара и предъявления требования о его замене продавец обязан заменить такой товар на новый товар надлежащего качества. Продавец

должен заменить неисправную щётку на такую же, только исправную, или вернуть деньги покупателю.

ЗАДАНИЕ 18. Покупательница обратилась в магазин с просьбой принять назад сапоги женские, не подошедшие ей по размеру и вернуть деньги. Товар был приобретен несколько часов назад. Продавец отказался произвести такой обмен. Прав ли продавец? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет, не прав. В соответствии со ст. 25 Закона РФ от 07.02.1992 «О защите прав потребителей» Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Таким образом, покупатель может запросить любой фасон и расцветку, заведомо не имеющуюся у продавца и тот будет обязан возвратить деньги.

ЗАДАНИЕ 19. Когда студент-вечерник Соколов возвращался домой, к нему на пустынной улице подошли двое его знакомых. Они попросили у него сигареты, и, получив отказ, избили Соколова. Соколов побежал звать на помощь своих друзей. Через полчаса они нашли обидчиков и нанесли им телесные повреждения средней тяжести. Можно ли их действия считать необходимой обороной? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Уголовное законодательство в качестве обстоятельства, исключающего преступность деяния, признает необходимую оборону, понятие необходимой обороны закреплено в статье 37 Уголовного кодекса РФ.

Условия правомерности необходимой обороны:

- посягательство должно быть общественно опасным, т.е. оно должно причинять (либо создавать угрозу причинения) вреда охраняемым общественным интересам;
- наличность посягательства;
- действительность посягательства, т.е. оно должно существовать фактически, а не в воображении обороняющегося.

В данном случае посягательство на Соколова было уже закончено, угрозы не существовало. Действия Соколова и его друзей были направлены на последующую месть. Поэтому данные действия не могут быть признаны необходимой обороной и являются преступными.

ЗАДАНИЕ 20. Член конкурсной комиссии образовательной организации позвонил одному из исполнителей ранее выполненных государственных контрактов, чтобы сообщить информацию о том, что будет объявлен новый конкурс, и предложил данному лицу принять в нем участие. Имеет ли место в данном казусе коррупция? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет. Само по себе информирование о предстоящем конкурсе не является проявлением коррупции

ЗАДАНИЕ 21. Начальнику Управления организации оценки федерального имущества Федерального агентства по управлению государственным имуществом Алымову В.В. в период командировки была преподнесена картина, которую он принял, и в последующем повесил ее в своем кабинете. Правомерно ли поступил Алымов В.В.? Обоснуйте ответ.

Ответ: Нет, неправомочно. Подарки, полученные государственным служащим в связи с протокольными мероприятиями, со служебными командировками и с другими официальными мероприятиями, признаются федеральной собственностью или собственностью субъекта РФ и подлежат сдаче в орган, в котором госслужащий проходит службу (п. 7 ч. 3 ст. 12.1 Закона от 25.12.2008 N 273-ФЗ). За нарушение установленных ограничений, в том числе в отношении

получения подарков, он может быть привлечен к дисциплинарной (замечание, выговор, предупреждение о неполном должностном соответствии, увольнение в связи с утратой доверия), а также к административной ответственности (ст. 19.28 КоАП РФ; п. 1.1 ч. 1 ст. 37, ст. ст. 59.1, 59.2 Закона N 79-ФЗ).

ЗАДАНИЕ 22. Инспектор по особым поручениям отдела по взаимодействию с территориальными органами МВД России Исаев И.И. получил через посредника 50 тысяч рублей от заместителя начальника одного из следственных отделов МВД Воронежской области. Денежные средства были переданы за помощь в прохождении военно-врачебной комиссии в медико-санитарной части. Имеет ли место в данном казусе коррупция? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Действия Исаева содержат признаки преступления, предусмотренные ст. 290 УК РФ (ч.1. ст. 290 УК РФ).

ЗАДАНИЕ 23. ООО «ЛИБЕР» договаривается с депутатом Государственной Думы Российской Федерации, что он проголосует в Государственной Думе так, как это выгодно Обществу, взамен на долю в ООО «ЛИБЕР». Имеет ли место в данном казусе коррупция? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. Коррупция – злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами (ст.1 ФЗ «О противодействии коррупции»).

ЗАДАНИЕ 24. Пациент районной Аннинской больницы Володин Е.Е. регулярно передает денежные средства врачу Пенкину А.А. за обслуживание вне очереди. Также Пенкин А.А. предоставляет необходимые для лечения бронхиальной астмы пациента лекарства. Имеет ли место в данном казусе коррупция? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да. В соответствии с российским законодательством, и получение незаконного вознаграждения мед. работником, и дача взятки врачу квалифицируются как уголовные правонарушения (ст. 290,291 УК РФ).

Общепрофессиональная компетенция ОПК-1

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.18 Технологии медиатворчества (1-3 семестр)

Б1.О.03 Иностранный язык (1-4 семестр)

Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации (1 семестр)

Б1.О.07 Современный русский язык (2,3,4 семестр)

Б1.О.11 Стилистика (5 семестр)

Б1.О.32 Редактирование медиатекста (6 семестр)

Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр);

Практики (блок 2):

Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)

Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации (1 семестр)

1	Укажите рекламное объявление, в котором допущена орфоэпическая ошибка: а) ШАрфы со склада в Иркутске. б) Горизонтальные и вертикальные жалюзИ по оптОвым ценам. в) Мы защитим вас от финансовых афЕр. г) Все и сейчас в новом катАлоге!
2	Укажите рекламное объявление, в котором допущена орфоэпическая ошибка: а) Мы облегчИм любую задачу! б) Прокладываем газопрОводы! в) Одежда для новорождЁнных. г) Открытие нового кафе. ТОрты на любой вкус!
3	Ошибки в употреблении и образовании форм числительных НЕ допущены в предложении: а) Четверым балеринам предложили участвовать в конкурсе. б) Предложение принято тремястами семидесяти пятью голосами против сорока двух. в) В тысяча девятьсот тридцать восьмом году мировая добыча нефти составляла около двухсот восьмидесяти миллионов тонн. г) Согласно данным Госкомстата РФ, в две тысяча седьмом году добыто более четырёхсот девяноста миллионов тонн нефти.
4	Установите соответствие между предлогом и падежом, с которым предлог употребляется. 1) соразмерно; 2) соразмерно с; 3) около. а) с родительным падежом; б) с дательным падежом; в) с творительным падежом; Ответ: 1б, 2в, 3а

5	Укажите вариант, в котором НЕ допущена ошибка в склонении имен собственных: а) Открыта выставка Ивана Сергеевича Базилюка. б) Он с гордостью рассказывал, что был знаком с Чарли Чаплиным. в) Поломка большегрузного автомобиля произошла под Ростовым. г) Произведения Марсель Пруста пользуются популярностью у читателей.
6	Отметьте слово официально-делового стиля: а) думать б) истец в) наутёк г) раскричаться
7	Отметьте слово, НЕ принадлежащее разговорному стилю: а) легковушка б) зачётка в) концепция г) картошка
8	Ошибка, содержащаяся в предложении «Эффектную борьбу со СПИДом и раком врачи смогут вести уже в ближайшие годы», – это: а) смешение паронимов; б) плеоназм; в) нарушение лексической сочетаемости. Ответ: а.
Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)	
9	В структуру заголовочного комплекса газетного рекламного сообщения не входит: а) логотип компании б) рубрика в) основной заголовок
10	К вербальным элементам рекламного сообщения относятся: а) эхо-фраза б) цвет фона в) пространственно-композиционное решение г) интонация
11	Укажите, как соотносятся рекламная стратегия и рекламная идея: а) рекламная стратегия разрабатывается на базе рекламной идеи б) рекламная идея разрабатывается на базе рекламной стратегии в) рекламная стратегия и рекламная идея разрабатываются независимо друг от друга г) рекламная стратегия и рекламная идея – это синонимы, между ними нет различия
12	К стратегиям рационалистического типа относится: а) стратегия УТП б) стратегия «резонанс» в) стратегия «имидж марки» г) аффективная стратегия
Б1.О.18 Технологии медиатворчества (1-3 семестр)	
13	Что из перечисленного ниже является не основным, а дополнительным жанровым признаком в журналистике? а) предмет жанра б) функция жанра в) метод жанра г) использование языковых средств
14	В текстах какого жанра обычно отражаются события речевого характера? а) корреспонденция б) отчёт в) статья г) обозрение
15	Каким термином обозначается размывание границ жанров, отход от их классических

	моделей, взаимопроникновение жанров? а) жанровая группа б) жанровая разновидность в) жанровая диффузия г) жанровая модель
16	В тексте должны быть представлены позиции всех субъектов (сторон) отражаемой ситуации (если кто-то отказывается выражать свою позицию, журналист специально оговаривает это). К какому из перечисленных ниже жанров журналистики применимо это утверждение? а) экспертный комментарий б) проблемная корреспонденция в) тематический обзор г) проблемная статья.
17	Какое из приведённых ниже суждений о жанрах журналистики НЕ верно? а) в корреспонденции часто объяснение ситуации не даётся в открытом виде, а «растворяется» в её описании. б) в авторском комментарии активно используется языковая экспрессия риторического характера. в) «журналистика фактов» – это только информационные (новостные) тексты, но не аналитические – там «журналистика мнений» г) в жанрах обозрения и обзора могут создаваться как авторские, так и неавторские тексты.
18	В каком из перечисленных ниже жанров журналистики факты используются для создания документальных образов? а) в статье б) в очерке в) в обозрении г) в корреспонденции
19	Для каких журналистских жанров характерно выделение новости и её размещение в начале текста? а) только для заметки б) для отчёта и репортажа. в) для всех жанров информационной группы. г) для всех без исключения жанров журналистики.
20	Если в конце заметки кратко излагаются факты, подобные отражаемому в ней факту или, наоборот, контрастирующие с ним («оттеняющие» его), какой вид бэкграунда в ней используется? а) предыстория б) контекст в) справка г) подтекст
21	Ниже описаны методы информационных жанров журналистики. Какое описание относится к методу репортажа? а) выделение основного содержания отражаемого факта и его представление в тексте в краткой, концентрированной форме б) выделение основного содержания отражаемого события и его представление в тексте с необходимой степенью детализации. в) наглядное, хронологически последовательное и динамичное воспроизведение отражаемого события в тексте г) воспроизведение в тексте диалога журналиста с компетентным и/или интересным аудитории собеседником об актуальном событии.
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.О.07 Современный русский язык (3-4 семестр)	

1	Анализ современной российской рекламы позволяет говорить о том, что часто рекламный слоган представляет собой безапелляционное предложение купить данный товар или услугу, например: Позвоните сейчас – сэкономите сегодня (реклама услуг международной телефонной связи); Сбрось вес – обретишь крылья. Глагол в каком наклонении используется в таком случае (см. глаголы, выделенные жирным шрифтом)? Ответ: в повелительном наклонении (или императиве).
2	Укажите, какое средство языковой выразительности использовано в следующем слогане: Маленькая большая машина (Renault 6TL). Ответ: оксюморон.
3	На каком нарушении морфологических норм строится морфологическая игра в данной рекламе: Яблочнее яблок! Лимоннее лимонов! Ягоднее ягод! Ответ: от относительных прилагательных не образуются формы степеней сравнения.
4	Какой закон формальной логики нарушен в данном тексте: «Наше турагентство организует ежедневные поездки в Москву на субботу и воскресенье»? Ответ: закон непротиворечия.
5	Вставьте пропущенные буквы. Репортаж подготовил... специальн... корреспондент Оксана Максименко. Ответ: Репортаж подготовила специальный корреспондент Оксана Максименко
6	Вставьте пропущенные буквы в следующем рекламном тексте. Мой брат – больш... сладкоежка. Он любит печенье от «Яшкино». Ответ: Мой брат – большой сладкоежка.
Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)	
7	Вставьте пропущенное слово: ...?... рекламы определяет место расположения иллюстрации и текста в рекламном объявлении по отношению друг к другу, а также размер заголовка и подзаголовков, размещение логотипа и др. элементов. Ответ: макет
8	Назовите креативный приём, использованный в рекламном сообщении  Ответ: визуальная метафора

9	Расшифруйте аббревиатуру УТП Ответ: Уникальное торговое предложение или Уникальное товарное предложение
Б1.О.32 Редактирование медиатекста (6 семестр)	
10	Соотнесите примеры с типами заголовков: 1) «Он занимает третье место в списке самых богатых людей планеты. Но даже у него нет собственного самолета» 2) «Новые формулы помогают снять груз с Вашей кожи, делая ее более здоровой и молодой» 3) «Мои подруги поменяли свой уход на Olay Total Effects. А Вы?» Яна Рудковская 4) «Не все краски-муссы одинаковы!» а) заголовок-решение проблемы б) заголовок-отрицание в) заголовок-парадокс г) заголовок-свидетельское показание Ответ: 1в, 2а, 3г, 4б
11	Исправьте фактическую ошибку: «Захожу в класс. 20 мальчишек и девчонок... 40 пар глаз». Ответ: 20 пар глаз.
12	Исправьте в тексте орфографические ошибки. Запишите исправленные варианты. При наличии тяги включите газовую горелку согласно инструкции. Неразрешайте пользоваться водонагревателем детям и лицам, не прошедшим специального инструктажа. Ответ: не разрешайте, не прошедшим.
13	В предложении "Выросло целое поколение, для которых война – это история" допущена ошибка в употреблении (назовите часть речи): Ответ: местоимения.
Б1.О.18 Технологии медиатворчества (1-3 семестр)	
14	Расположите следующие понятия в порядке от более общего к более частному: жанр, система жанров, жанровая разновидность, жанровая группа. Нужно ответить в формате: <понятие> – <понятие> – <понятие> – <понятие>. Ответ: Система жанров – жанровая группа – жанр – жанровая разновидность.
15	Жанровые <...> – это распространенные в журналистской практике варианты того или иного жанра. Какое слово здесь пропущено? Ответ: Разновидности.
16	Из всех аналитических жанров журналистики наиболее активно используется... Назовите жанр. Ответ: Корреспонденция.
17	Функция информационных жанров журналистики в целом – сообщение о предмете, функция аналитических жанров – исследование предмета. Назовите функцию художественно-публицистических жанров? Ответ: Исследование предмета.
18	Социально значимый факт является предметом одного из информационных и одного из аналитических жанров журналистики. Назовите эти жанры (перечислите через запятую). Ответ: Заметка, комментарий.
19	<...> – положение, наличное состояние, сложившееся на конкретном участке действительности в конкретный момент времени. Назовите понятие, которым обозначают один из предметов журналистских жанров. Ответ: Ситуация.
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.32 Редактирование медиатекста (6 семестр)	
1	Найдите речевую лексическую ошибку в следующем рекламном объявлении. Исправьте ошибку и назовите ее.

	В ТЮЗе состоится премьера спектакля «Гроза», в заглавной роли – Юлия Свежакова. Ответ: в главной роли. Смещение паронимов.
2	Найдите речевую синтаксическую ошибку в следующем тексте. Исправьте ошибку и назовите ее. Украина получила от Италии тяжелую артиллерию, САУ и ракетные комплексы. Сейчас Киеву особенно нужны системы противовоздушной обороны, заявил вице-премьер Украины Ирина Верещук. Ответ: заявила вице-премьер Украины Ирина Верещук Нарушение норм координации/согласования подлежащего и сказуемого.
3	Исправьте речевую синтаксическую ошибку в данном предложении. Назовите ее. Началась подготовка по проведению экзамена. Ответ: Началась подготовка к проведению экзамена. Нарушение нормы управления.
4	Найдите морфологическую ошибку в следующем тексте. Исправьте ошибку и назовите ее. Участникам предстоит познакомиться с самым загадочным воплощением мечты. Известно, что он сказочно богат и щедр. Ответ: мечты (или грез, или мечтаний). Ошибка в использовании падежной формы существительного.
5	Исправьте речевую лексическую ошибку в данном предложении. Назовите ее. В читальный зал в одежде не входить! Ответ: В читальный зал в верхней одежде не входить! Речевая недостаточность.
6	Исправьте речевую лексическую ошибку в данном предложении. Назовите ее. За последние два года объем ипотечного страхования удвоился в два раза. Ответ: За последние два года объем ипотечного страхования удвоился. Тавтология.
7	Исправьте речевую лексическую ошибку в данном предложении. Назовите ее. Некоторое время назад я работал с Денисом Евстигнеевым. И на четвертый день общения он рассказал мне, что уже пять лет готовится к съемкам «Угрюм-реки», предложил роль Прохора Громова. Первую экранизацию романа Шишкова я видел лишь в глубоком детстве. Ответ: Первую экранизацию романа Шишкова я видел лишь в раннем детстве. Нарушение лексической сочетаемости.
8	Преобразуйте цифровое обозначение в слова (имена числительные): «Всего с начала проведения специальной военной операции уничтожены: 331 самолет, 169 вертолетов, 882 боевые машины реактивных систем залпового огня». Ответ: триста тридцать один самолет, сто шестьдесят девять вертолетов, восемьсот восемьдесят две боевые машины реактивных систем залпового огня.
9	Преобразуйте цифровое обозначение в слова (имена числительные): «За сутки на этом направлении уничтожено более 200 украинских военнослужащих <...> С начала проведения специальной военной операции уничтожены: 162 вертолёт, 5926 танков и других боевых бронированных машин». Ответ: более двухсот. Сто шестьдесят два вертолёт, пять тысяч девятьсот двадцать шесть танков.
Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)	
10	«Веточка» – компания, имеющая два направления деятельности: оптово-розничная торговля комнатными растениями и услуги по флористике. Организация более 10 лет является одним из лидеров по продаже растений в Черноземье, второе направление возникло недавно. Социальные сети компании наполнялись контентом стихийно. Сейчас владелец решил систематизировать SMM-коммуникации. Придумайте 5 типов контента для страницы компании в социальной сети

	«ВКонтакте». Ответ: возможны, например, такие варианты: краткая видеоинструкция по уходу за конкретным видом растения; «история» с выполненным проектом по флористике; текстовый пост с актуальным сезонным советом по уходу за растениями; пост с иллюстрациями на тему правильного освещения для различных растений в квартире; конкурс для подписчиков на самую оригинальную коллекцию домашних растений и т.п.
11	Какой социально-культурный тренд, формирующийся среди целевой аудитории, использован в данном коммуникационном проекте бренда Dove?  Проект #ПокажитеНас Ответ: желание аудитории видеть более широкий взгляд на красоту в рекламе и медиа
12	На основе информации из приведённого ниже текста придумайте персонажей и ситуацию для диалога в телевизионном рекламном ролике. «Загрязненный воздух, сигаретный дым, радиация, алкоголь, стрессовые ситуации, некоторые лекарственные препараты и пищевые продукты вызывают образование в нашем организме свободных радикалов. Капсулы «Триовит» содержат специальную комбинацию антиоксидантных витаминов (А, С, Е) и селена. Это гармоничное сочетание увеличивает иммунную сопротивляемость организма, уменьшает риск развития ряда онкологических и сердечно-сосудистых заболеваний. «Триовит» можно купить в любой аптеке без рецепта». Ответ: Оптимальным решением для ролика будет выбор персонажей, обладающих разным объемом информации. Например, это могут быть две подруги, одна из которых уже пользуется «Триовитом» и чувствует себя активной и бодрой, а вторая задумывается над тем, как улучшить защитные функции своего организма. В уточняющих репликах диалога могут быть раскрыты параметры рекламируемого продукта.
13	Перед вами овощной мармелад POLZA. Напишите небольшой пост (6-7 предложений) от имени блогера, увлечённого спортом и здоровым образом жизни, для продвижения данного продукта в соцсети «ВКонтакте».



Ответ: Не так давно я начал вести спортивный образ жизни и отказаться от всей вредной еды в рационе, от сладкого, кстати, тоже! Но благодаря полезному овощному мармеладу от бренда POLZA я всё так же могу радовать себя чем-то вкусненьким и одновременно питательным. Для себя я выбрал мармелад со вкусом томата и моркови, уж очень мне понравился их вкус! Теперь постоянно ношу его у себя в сумке на случай быстрого перекуса.

Не бойтесь пробовать что-то новое и альтернативное тому, от чего давно хотели бы отказаться, но всё никак не могли. Этот пост - тот самый знак, что, наконец, пора начать!

Б1.О.18 Технологии медиатворчества (1-3 семестр)

14	В одном из районов города прорвало канализационную трубу, из-за чего подвалы нескольких домов, магазинов, общежитий и учебных корпусов местного вуза затопило, а на дорогах образовались пробки. Журналист городского интернет-издания узнал об этом первым. В каком жанре он должен написать текст, чтобы как можно оперативнее сообщить аудитории о произошедшем и опередить конкурирующие СМИ? В каком жанре можно продолжить разрабатывать тему более глубоко и подробно потом? Кратко объясните ваш ответ. Ответ: Прежде всего журналист должен написать заметку (новость), так как это наиболее оперативный жанр. Для дальнейшей разработки темы могут подойти жанры интервью (объяснение сложившейся ситуации компетентными должностными лицами) или корреспонденции (исследование ситуации самим журналистом).
15	Журналист регионального общественно-политического издания собирается написать текст об отце-одиночке, который растит троих детей. Мужчина работает на сахарном заводе, участвует в реставрации дома культуры в родном селе на волонтерских началах, временами помогает по хозяйству одиноким пенсионерам. В каком жанре можно написать материал об этом человеке и почему? Ответ: В жанре очерка (портретного очерка), потому что в основе будет лежать исследование социально значимой личности.
16	Редакция регионального СМИ отправила журналиста в областную библиотеку на лекцию «Как отношения с родителями влияют на жизнь человека». Психолог довольно хаотично говорила о том, как взаимоотношения с мамой и папой влияют на каждый период человеческой жизни, рассказывая то о детстве, то о старости, то о зрелости, то о юности. Журналист сделал четыре внутренних блока в тексте, придав фактуре порядок (от детства к старости). Какую разновидность жанра отчёт он использовал? Почему?

	Ответ: Тематический отчет, потому что журналист намеренно нарушил хронологию речевого события и систематизировал информацию по темам.
17	Корреспонденту общественно-политического издания поручили написать репортаж о городском субботнике – пресс-релиз о нем распространила мэрия. Он решил не ходить на субботник, потому что «такого рода мероприятия всегда проходят примерно одинаково». Журналист обработал информацию из пресс-релиза (в том числе процитировал высказывание мэра о субботнике), нашел в социальных сетях двух участников события и взял у них интервью (комментарии для материала). В итоге он сдал редактору текст объемом 1500 знаков с пробелами. Справился ли автор с поставленной задачей? Почему? Ответ: Нет, потому что для создания репортажа необходимо не только поговорить с героями, но и побывать на месте события, зафиксировать наблюдения, чтобы создать в тексте «эффект присутствия». Отсюда и текст получился слишком кратким.

Общепрофессиональная компетенция ОПК-2

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Период окончания формирования компетенции: 6 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.14 Основы рекламы (2 семестр)

Б1.О.17 Основы связей с общественностью (2 семестр)

Б1.О.09 Политология (5 семестр)

Б1.О.23 Медиарилейшнз (6 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б1.О.17 Основы связей с общественностью (2 семестр)	
1	Общим каналом распространения информации для журналистики, рекламы и СО являются а) СМИ; б) мероприятия и акции; в) direct-mail рассылки; г) полиграфия.
2	PR-технология, представленная в виде техники написания текста публичного выступления – это... б) спичрайтинг; а) имиджмейкинг; в) редактирование корпоративного издания; г) менеджмент новостей.
3	Паблисити – это: а) представление в СМИ информации, которая является фактической, интересной и новостной; б) вид рекламной акции; в) оплачиваемая форма размещения информации в СМИ; г) PR-кампания, направленная на формирование благоприятного общественного мнения.
4	Что является объектом паблик рилейшнз? а) факты текущей действительности;

	б) товар/услуга; в) имидж/репутация персоны/организации; г) социальная информация.
5	В чем заключается принцип оптимизированности, которого придерживаются при распространении PR-информации? а) распространяется оперативная информация; б) распространяется преимущественно позитивная информация; в) распространяется вся информация; г) информация умалчивается.
6	Что подразумевает под собой мониторинг как одно из основных направлений деятельности пресс-секретаря? а) формирование стратегии организации с учетом ее общественных связей; б) анализ влияния политики организации на общественность; в) наблюдение, оценка материалов СМИ, прямо или косвенно касающихся деятельности организации; г) планирование выступлений в СМИ.
Б1.О.23 Медиарилейшнз (6 семестр)	
7	Кем не должны осуществляться связи со СМИ? а) пресс-секретарем б) отделом маркетинга. в) отделом по работе с прессой г) службой PR.
8	Что не входит в число основных задач пресс-службы? а) промоушн б) обеспечение полноты и оперативности информации об организации. в) информирование о продукции организации. г) создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.
9	Что не является необходимым для нормальной работы пресс-службы? а) адекватное материально-техническое обеспечение б) контакты с представителями политических партий в) наличие информационной базы и доступа к информации. г) контакт с руководством.
10	Что НЕ входит в число задач ответственного за связь с прессой? а) предоставление журналистам материалов для печати б) ответы на запросы прессы в) отслеживание рейтинга СМИ г) мониторинг СМИ
11	Что НЕ входит в число необходимых задач пресс-секретаря? а) выступление в качестве надежного источника информации б) участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ в) создание информационных поводов г) отслеживание цен на рынке прессы
12	Что воспрещается кодексом РАСО в отношении связей со СМИ? а) контроль за распространением информации в прессе б) действия, могущие нанести ущерб репутации СМИ в) бесплатная публикация новостной информации г) ограничение конфиденциальности информации
13	Что не входит в число целей аккредитации СМИ? а) недопущение распространения негативной информации об аккредитующей организации б) обеспечение открытости работы аккредитующей организации. в) совершенствование взаимодействия аккредитующей организации со СМИ. г) создание необходимых условий для профессиональной деятельности

	журналистов как лиц, выполняющих общественный долг и обеспечивающих право граждан на информацию.
14	Какие СМИ не имеют права на аккредитацию? а) частные б) иностранные в) нелегальные г) государственные.
15	Кем принимается решение об аккредитации? а) главным редактором данного СМИ. б) руководителем пресс-службы соответствующей организации. в) руководством соответствующей организации г) начальником PR-отдела соответствующей организации
Б1.О.14 Основы рекламы (1 семестр)	
16	К элементам комплекса «4 Р маркетинга» НЕ относится: а) товар б) цена в) места продаж г) позиционирование
17	Термин «продвижение» обозначает: а) то же понятие, что и термин «реклама» (то есть термины «продвижение» и «реклама» синонимичны) б) более широкое понятие, чем термин «реклама» (то есть реклама – разновидность продвижения) в) более узкое понятие, чем термин «реклама» (т.е. продвижение – разновидность рекламы) г) понятие, не пересекающееся с понятием, обозначенным термином «реклама»
18	Потребительская реклама иначе может быть названа: а) реклама b-to-b б) реклама b-to-c в) ATL-реклама г) институциональная реклама
19	Количество новаторов среди потребителей товара, как правило, находится в пределах: а) 15-20% б) 9-14% в) 4-8% г) 1-3%
20	Стадии жизненного цикла товара называются: а) выход на рынок, рост, зрелость, спад (упадок) б) товар, торговая марка, бренд, мегабренд в) товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением г) начальная стадия, стадия конкуренции, стадия поддержки репутации д) торговая марка, рост, зрелость, бренд
Б1.О.09 Политология (5 семестр)	
21	В государстве Н. была проведена реформа избирательной системы. Какие изменения в законодательстве о выборах свидетельствуют об утверждении в государстве Н. пропорциональной избирательной системы? Запишите три цифры , под которыми они указаны. 1) существование 5%-ного избирательного барьера для политических партий 2) увеличение количества избирательных округов 3) проведение голосования по спискам политических партий 4) введение всеобщего, равного и прямого избирательного права 5) распределение мест в парламенте в соответствии с количеством голосов,

	полученных партией на выборах 6) обязательное освещение избирательной кампании в СМИ Ответ: 1,3,5						
22	В стране Н. регулярно происходят всенародные выборы главы государства и членов парламента. Президент формирует правительство и возглавляет исполнительную власть в целом. Территория страны поделена на субъекты, обладающие относительной самостоятельностью. Граждане обладают всей полнотой прав и свобод, развиты институты гражданского общества. Найдите в приведённом ниже списке три характеристики формы государства Н. и запишите три цифры, под которыми они указаны. 1) конституционная монархия 2) унитарное государство 3) парламентская республика 4) президентская республика 5) федеративное государство 6) демократическое государство Ответ: 4,5,6.						
23	Найдите в приведенном ниже списке позиции, характеризующие отличительные черты мажоритарной избирательной системы, и запишите три цифры, под которыми они указаны. 1) избиратели голосуют за личность кандидата 2) избиратели голосуют за политическую партию 3) в день голосования запрещена политическая агитация 4) победившим считается кандидат, набравший большинство голосов 5) возможно выдвижение независимых беспартийных кандидатов Ответ: 1,4,5						
24	В государстве Z были проведены политические реформы. Какие из приведённых фактов свидетельствуют о том, что государство стало правовым? Запишите три цифры, под которыми они указаны. 1) В основном законе государства отражены и реализуются на практике гарантии прав и свобод личности. 2) Утверждена республиканская форма правления. 3) Законодательно введена самостоятельность и независимость ветвей власти. 4) Граждане поддерживают проведённые преобразования. 5) На выборах победила консервативная партия. 6) Провозглашено верховенство закона во всех сферах жизни. Ответ: 1,3,6.						
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)							
Б1.О.17 Основы связей с общественностью (2 семестр)							
1	Вставьте пропущенное слово в высказывание С.Блэка: «...- это однонаправленный процесс, а PR - улица с двусторонним движением» Ответ: пропаганда.						
2	Назовите понятие. Жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию – это... Ответ: пресс-релиз.						
3	Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз. <table border="0"> <tr> <td>1) цель рекламы</td> <td>а) формирование и поддержание позитивного имиджа персоны или организации</td> </tr> <tr> <td>2) цель паблик рилейшнз</td> <td>б) формирование общественного мнения посредством отражения фактов текущей действительности</td> </tr> <tr> <td>3) цель журналистики</td> <td>в) формирование спроса на товары или услуги организации</td> </tr> </table> Ответ: 1в 2а 3б	1) цель рекламы	а) формирование и поддержание позитивного имиджа персоны или организации	2) цель паблик рилейшнз	б) формирование общественного мнения посредством отражения фактов текущей действительности	3) цель журналистики	в) формирование спроса на товары или услуги организации
1) цель рекламы	а) формирование и поддержание позитивного имиджа персоны или организации						
2) цель паблик рилейшнз	б) формирование общественного мнения посредством отражения фактов текущей действительности						
3) цель журналистики	в) формирование спроса на товары или услуги организации						

4	Вставьте пропущенное слово в определение PR, сформулированное Р.Харлоу: "PR-одна из функций ..., способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью" Ответ: управления.												
5	Как в PR называется форма взаимодействия со СМИ? Ответ: MR (Media Relations).												
Б1.О.14 Основы рекламы (1 семестр)													
6	Вставьте пропущенное слово: Позиционирование – это процесс определения или проектирования _____ в сознании целевой аудитории, которую должна занять торговая марка по соотношению с конкурентными марками. Ответ: позиции												
7	Вставьте пропущенное слово: Управление маркетингом – это анализ, планирование, претворение в жизнь и _____ за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации. Ответ: контроль												
8	Как называется информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства? Ответ: социальная реклама												
9	Как называется одно из основных средств рекламы, носители которого размещаются вне помещений. Ответ: наружная реклама												
10	Назовите экономическое понятие, имеющее следующие виды: отрицательный, нулевой, скрытый, падающий, колеблющийся, полноценный, чрезмерный и др. Ответ: спрос												
Б1.О.09 Политология (5 семестр)													
11	Установите соответствие между типами политических партий и принципами их классификации. К каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца. <table> <tr> <th>ТИПЫ ПАРТИЙ</th><th>ПРИНЦИП КЛАССИФИКАЦИИ ПАРТИЙ</th></tr> <tr> <td>а) оппозиционная</td><td>1) по отношению к власти</td></tr> <tr> <td>б) либеральная</td><td>2) по политической идеологии</td></tr> <tr> <td>в) кадровая</td><td>3) по составу</td></tr> <tr> <td>г) социал-демократическая</td><td></td></tr> <tr> <td>д) массовая</td><td></td></tr> </table> Ответ: а 1; б 2, в 3, г 2; д 3	ТИПЫ ПАРТИЙ	ПРИНЦИП КЛАССИФИКАЦИИ ПАРТИЙ	а) оппозиционная	1) по отношению к власти	б) либеральная	2) по политической идеологии	в) кадровая	3) по составу	г) социал-демократическая		д) массовая	
ТИПЫ ПАРТИЙ	ПРИНЦИП КЛАССИФИКАЦИИ ПАРТИЙ												
а) оппозиционная	1) по отношению к власти												
б) либеральная	2) по политической идеологии												
в) кадровая	3) по составу												
г) социал-демократическая													
д) массовая													
12	Форма непосредственного волеизъявления граждан, выражающаяся в голосовании по наиболее значимым вопросам общегосударственного, регионального или местного значения----- Ответ: Референдум.												

13	Положительная оценка власти народом, признание права управлять, согласие подчиняться, доверие к власти ----- Ответ: Легитимность.
14	Политическая организация, объединяющая лиц с общей идеологией, деятельность которой направлена на завоевание власти ----- Ответ: Партия.
Б1.О.32 Редактирование медиатекста	
15	Выберите потенциально более эффективный с коммуникативной точки зрения лид рекламного текста: а) «Нашей компанией осуществляются работы по вывозу и утилизации вторсырья, накапливающегося на производствах. В частности, нами утилизируется макулатура, полимерная пленка, а также деревянные поддоны, используемые при транспортировке различных видов товара и др.». б) «Принимаем и утилизируем вторсырье с производства: макулатуру, полимерную пленку, деревянные поддоны и пластиковую тару».
16	Выберите потенциально более эффективный с коммуникативной точки зрения рекламный текст: а) «Почувствуйте непревзойденную экологичность наших полов, ведь они произведены из самых экологически чистых материалов и по самым безопасным современным технологиям! Долговечность наших полов подтверждена многолетними испытаниями в ведущих лабораториях, а простота эксплуатации - профессиональное кредо нашей компании». б) «Нам важно, чтобы наша работа не вредила природе. Поэтому мы используем древесину только от ответственных поставщиков: они добывают древесину только там, где они не повредят животным, и засаживают вырубленные участки новыми деревьями. Лаки и краски, которые мы используем в производстве, сделаны на основе натуральных древесных смол. Они нетоксичные и по уровню экологической безопасности подходят для яслей и детских садов»
17	Какие ошибки допущены в операции логического деления в следующем предложении: "Редакторы бывают научные и художественные" (2 варианта ответа): а) несоразмерное деление с недостающими членами; б) несоразмерное деление с излишними членами; в) члены деления не исключают друг друга; г) при делении используются разные логические основания.
18	Какая ошибка допущена в операции логического деления в следующем предложении: "Редакторы бывают научные, технические, художественные и редакторы с ученой степенью": а) несоразмерное деление с недостающими членами; б) несоразмерное деление с излишними членами; в) при делении используются разные логические основания; г) члены деления не исключают друг друга.
19	Какое нарушение содержится в рекламном тексте: «Купите жене в подарок уют и ваши тещи получают по чайнику – БЕСПЛАТНО»? Ответ: лингвотическая ошибка.
20	Какое нарушение содержится в рекламном тексте: «Сукин сын (название зоомагазина)? Зрительный ряд: взрослая собака и щенок сидят рядом». Ответ: лингвотическая ошибка
21	К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Ни один материальный объект не может существовать только в пространстве и не быть во времени или быть во времени и не находиться в пространстве. Всегда и везде любое тело существует как в пространстве, так и во времени. Это значит, что

	пространство и время органически связаны друг с другом": а) описание; б) повествование; в) рассуждение; г) определение.
22	К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Около 800 тонн мазута вылилось на поверхность Мраморного моря близ турецкого побережья в результате аварии российского танкера...Причиной аварии стал ураган. В ночь на среду танкер переломился от удара шквального ветра. Основная носовая часть удержалась на плаву. Корму штормом выбросило на берег": а) описание; б) повествование; в) рассуждение; г) определение.
23	К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "В комнату вошел человек лет пятидесяти, с бледным, изрытым оспой продолговатым лицом, длинными седыми волосами и редкой рыжеватой бородкой. Он был такого большого роста, что для того, чтобы пройти в дверь, ему не только нужно было нагнуть голову, но и согнуться всем телом": а) описание; б) повествование; в) рассуждение; г) определение.
24	Какой из законов логики нарушен в следующем тексте: "Хотите стать красивой? Основа любой современной прически - стрижка. Мастера красоты помогут в выборе стрижки, соответствующей вашему возрасту, форме лица, научат уходу за волосами, изготовят парик, ресницы, усы, бороду": а) закон тождества; б) закон противоречия; в) закон исключенного третьего; г) закон достаточного основания.
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.17 Основы связей с общественностью (2 семестр)	
1	Какой вариант позиционирования современного политического деятеля демонстрирует следующий фрагмент электоральных материалов американского политического деятеля? Отрывок из электорального фильма Б. Клинтона «Человек из Надежды» («A man from Hope»), в котором юному Биллу жал руку президент Кеннеди, а в высказываниях учителей и близких четко прослеживалась мысль: «Мы всегда знали: Билл далеко пойдет» Ответ: позиционирование по принципу избранности.
2	Генерал-майор прусской армии Карл фон Клаузевиц в своей книге "1812 год" описывает, какие шаги предпринимались М. Кутузовым после знаменитого Бородинского сражения. Русский военачальник несмотря на "боевую ничью" в этом сражении заявил о безоговорочной победе наших войск. В частности, в церквях и соборах прошли торжественные молебны, именно такие сведения появились в русских газетах, что и способствовало закреплению успеха русской армии в сознании масс. Здесь уместно вспомнить слова одного из американских военных деятелей Дж. Шарикошвили, сказанных по поводу войны в зоне Персидского залива 1991 года : "Мы не побеждаем, пока CNN не сказало, что мы побеждаем". Задание: проанализируйте данный пример с точки зрения менеджмента новостей. Какая спин-технология была с успехом заимствована из электоральной сферы М. Кутузовым?

	Ответ: пост-спин (фиксация успеха).
3	Чтобы защитить "Бриллиантовую руку" от "надругательства" цензуры, Л. Гайдай придумал достаточно хитроумный ход. В конце фильма он "приклеил" документальную хронику ядерного взрыва. Приемная комиссия просто обомлела от такой "вольности". В общем, пока они уговаривали режиссера убрать этот вовсе не соответствующий идее фильма кадр, напрочь забыли о прежних придирах к другим эпизодам. Так остались "...руссо туристо, облик морале" и прочие "невинные" вещи. Задание: проанализируйте данный пример с точки зрения спин-технологии. Какой спин-прием мастерски использовал Л. Гайдай? Ответ: торнадо-спин (переключение внимания аудитории).
Б1.О.23 Медиариелейшнз (6 семестр)	
4	Могут ли организаторы концертов, выставок и других культурных мероприятий отказать журналисту в аккредитации, заявив, что им не интересно освещение в СМИ? Аргументируйте ответ. Ответ: Законом не закреплена обязанность организаторов концертов или выставок аккредитовывать журналистов. В этом случае организатор мероприятия может решать сам, выдавать ли журналистам бесплатные билеты и создавать ли для них более комфортные условия для получения информации. Но даже если организатор решил не проводить аккредитацию, он не может запретить журналисту посетить концерт, выставку и другие культурные мероприятия. Дворцы культуры, выставочные залы, театры, кинотеатры являются общественным местом, и журналисты имеют право беспрепятственно их посещать, собирать информацию, например, производить фотосъемку. При этом при первом же требовании корреспонденты обязаны предъявить редакционное удостоверение или иной документ, который удостоверяет личность и полномочия журналиста. Это могут быть заверенная копия паспорта и редакционное задание за подписью главного редактора и с печатью СМИ.
5	Могут ли неаккредитованные журналисты посещать концерт, выставку и другие культурные мероприятия и производить на них съемку? Аргументируйте ответ. Ответ: Дворцы культуры, выставочные залы, театры, кинотеатры являются общественным местом, и журналисты имеют право беспрепятственно их посещать, собирать информацию, например, производить фотосъемку. При этом при первом же требовании корреспонденты обязаны предъявить редакционное удостоверение или иной документ, который удостоверяет личность и полномочия журналиста. Это могут быть заверенная копия паспорта и редакционное задание за подписью главного редактора и с печатью СМИ. Журналистам, как и другим участникам публичных мероприятий, необходимо соблюдать общественный порядок и правила проведения мероприятия. В частности, использование фотовспышки при съемке может нарушить ход мероприятия. Если мероприятие является платным, то журналисту необходимо будет приобрести билет.
6	Ситуация: Внештатного корреспондента газеты часто не пускает охрана на встречу с чиновниками. После отказа мотивируют тем, что он должен был предъявить редакционное задание, а удостоверение внештатного журналиста не является доказательством работы в качестве журналиста. Законен ли отказ пускать внештатного корреспондента на встречи? Аргументируйте ответ. Ответ: Внештатный журналист, работающий по договору с редакцией или выполняющий задание по ее поручению, имеет те же права, что и штатный журналист. Журналист обязан при осуществлении профессиональной деятельности предъявлять по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста. Документом,

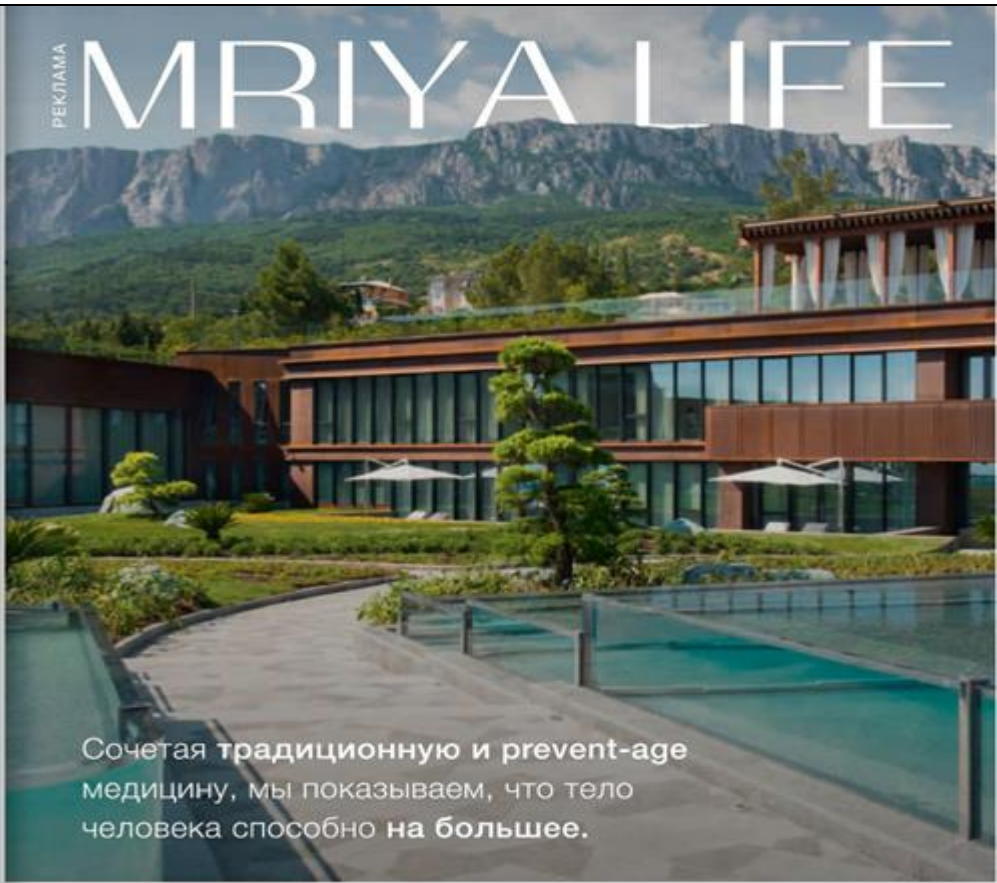
	удостоверяющим личность, является паспорт. Полномочия журналиста подтверждает редакционное удостоверение. При этом в удостоверении журналиста редакция не обязана указывать, работает ли человек в штате или вне. Поэтому охрана должна принимать удостоверение и внештатника. Если удостоверения нет, то его может заменить редакционное задание.
7	Ситуация: В налоговой запретили снимать на камеру, ссылаясь на то, что внутренний регламент запрещает съемку сотрудников и помещения. Законно ли это? Аргументируйте ответ. Ответ: Налоговая не является режимным или военным объектом, куда доступ граждан ограничивается, поэтому и информация является общедоступной, следовательно, право граждан на съемку не может быть ограничено. Если они ссылаются на какой-то внутренний регламент, то его либо нет в действительности, либо он не соответствует закону. Любые ограничения на доступ к информации должны устанавливаться только законом. При этом должны быть основания для ограничения доступа к информации (например, медицинская тайна, государственная тайна, служебная тайна, семейная тайна, банковская тайна и т.п.).
8	Укажите ошибку, допущенную в п.2.2 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.: Основанием для рассмотрения вопроса об аккредитации является заявка редакции СМИ (далее – заявка) на официальном бланке за подписью руководителя СМИ, заверенной печатью. К заявке прилагаются: копии учредительных документов СМИ: свидетельство о государственной регистрации, лицензия на вещание; информационная справка по СМИ, включающая в себя следующие данные: полное наименование СМИ, его учредителя или издателя, уставные задачи, тираж, периодичность, тематика и (или) специализация издания, фактический (в том числе почтовый адрес с индексом) и юридический адрес редакции СМИ, территория и способ распространения, редакционный сайт, номера рабочих телефонов и факса, фамилия, имя, отчество и контактные телефоны главного редактора СМИ, последний номер издания (для печатных СМИ); список сотрудников редакции, имеющих право представлять СМИ на мероприятиях Собрания, включающий следующие сведения: фамилия, имя, отчество сотрудника, паспортные данные, официальный или постоянный псевдоним, занимаемая должность, номер рабочего и мобильного телефона, адрес электронной почты; цветные фотографии сотрудников редакции, включенных в список, в формате jpg; перечень используемой аппаратуры. Ответ: Никто не имеет права требовать от журналистов раскрывать «их постоянный или временный псевдоним», в том числе орган власти, вводящий аккредитацию. Псевдоним по сути является гарантией конфиденциальности автора (журналиста). Только суд может потребовать от редакции раскрыть источник информации в связи с рассматриваемым делом и никто другой.
9	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2.7 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.: Срок действия выданной аккредитационной карты не может превышать одного календарного года. Для СМИ, впервые подавшего заявку, он может быть установлен продолжительностью в три месяца. Ответ: У всех редакций должны быть равные возможности и права, если они формально правильно оформили заявку на аккредитацию и являются зарегистрированным СМИ. Разница в длительности действия аккредитационной карты на этом основании недопустима.
10	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2.13 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.:

	Собрание вправе отказать в аккредитации СМИ, которое в период действия аккредитации не освещало деятельность Собрания. Ответ: Освещение деятельности не может выступать в качестве условия для аккредитации и не может быть основанием для отказа, потому что аккредитация носит не разрешительный, а уведомительный характер.
11	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.2.4 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.: 3. Права и обязанности аккредитованных СМИ 3.2.4 Вести видео- и фотосъемку только в отведенных для этого местах профессиональной аппаратурой, включенной в перечень при подаче заявки Ответ: От журналистов нельзя требовать проводить съемку профессиональным оборудованием, такого понятия в журналистской практике не существует. Сейчас многие журналисты фотографируют и записывают с мобильного, качество встроенной камеры вполне позволяет. Поэтому такое требование к технике, с которой работают журналисты, недопустимо в правилах аккредитации. Редакции сами решают, на каком оборудовании работают его журналисты.
12	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.2.7 Правил аккредитации СМИ в Псковском облсобрании от 26.03.2020 г.: 3. Права и обязанности аккредитованных СМИ 3.2.7 При выполнении редакционных заданий, не связанных с мероприятиями Собрания (интервью с депутатом Собрания, встреча в рабочем кабинете депутата Собрания, съемка тематического сюжета и т.п.), согласовывать проведение этих работ с заведующим информационно-аналитическим отделом Собрания: сообщать название, тематику и дату выхода телевизионной программы, для которой проводится съемка, а также фамилии депутатов Собрания, участие которых планируется. Ответ: Этот пункт не соответствует реальному формату работы журналистов и редакций. Они могут отснять материал и использовать его по своему усмотрению или вовсе не использовать. Не всегда редакция может сказать дату выхода в эфир, она может откладываться, материал долго дорабатываться. Это тоже может нарушить право журналистов на доступ к информации и общение с источниками.
13	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.2 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.: 2. Право на аккредитацию Право аккредитовать журналистов – штатных сотрудников редакций СМИ (далее – журналисты) имеют распространяемые на территории Воронежской области СМИ, официально зарегистрированные в соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации». Ответ: В статье 48 ФЗ «О СМИ», которой регламентируется аккредитация, отсутствует норма о статусе журналиста (штатный-внештатный), а также не говорится о том, что СМИ должно быть зарегистрированным и распространяться на конкретной территории.
14	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.5 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.: 5. Квоты для аккредитации 5.1. Количество представителей одной редакции определяется с учетом возможностей их размещения в помещениях, в которых проводятся заседания и иные мероприятия ИКВО. 5.2. При аккредитации для СМИ устанавливаются следующие квоты: от печатных СМИ и информагентств – не более 1 человека; от редакций радиовещания – не более 1 человека; от редакций телевидения – не более 2 человек. Ответ: При перечислении квот отсутствуют интернет-издания.

15	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.3.1.1 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.: 3.1.1. Постоянная аккредитация предоставляется журналистам, регулярно и достоверно освещающим деятельность ИКВО, на срок полномочий действующего состава ИКВО. Ответ: «достоверность» и «объективность» не являются правовыми критериями оценки работы журналистов и не описываются в законодательстве о СМИ, они субъективны.
16	Укажите и прокомментируйте ошибку, допущенную в п.8.3 Порядка аккредитации журналистов при Избирательной комиссии Воронежской области от 06.04.2017 г.: 8.3. Журналист может быть лишен аккредитации: при нарушении настоящего Порядка; в случае распространения им или редакцией СМИ, которое он представляет, не соответствующих действительности сведений, причинивших вред деловой репутации ИКВО, а также сведений, порочащих честь и достоинство должностных лиц и сотрудников ИКВО. Ответ: Согласно законодательству, решение о лишении аккредитации может принять только суд. То есть факты распространения сведений, причинивших вред деловой репутации организации, а также сведений, порочащих честь и достоинство должностных лиц и сотрудников, должны быть доказаны в суде.
Б1.О.14 Основы рекламы (1 семестр)	
17	Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?

РЕКЛАМА

MRIYA LIFE



Сочетая традиционную и prevent-age медицину, мы показываем, что тело человека способно на большее.

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ ПОДХОД ГЕНЕТИЧЕСКИЕ ТЕСТИРОВАНИЯ

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПИТАНИЯ И ТРЕНИРОВОК ДИАГНОСТИКА

Республика Крым, г. Ялта, с. Оползневое, ул. Генерала Острякова, д.9

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА



MRIYALIFE.RU

Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии объекта рекламирования и занимает более 2\3 объявления. Первый вербальный элемент – название оздоровительного комплекса Mriya Life – визуально выполняет функцию заголовка. Следующий вербальный блок можно назвать как подзаголовком, так и лидом. Третий вербальный блок – основной текст – размещён на другом фоне. Он является своеобразным списком, каждый элемент которого графически выделен заключением в овал. Контактная информация представлена полным адресом объекта рекламирования и QR-кодом, содержащим, вероятно, ссылку на сайт. Присутствует также обязательная для медицинских услуг пометка об имеющихся противопоказаниях.

- 18 Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?



LIBRE DERM
LABORATORIES

1 ТОНИЗИРУЮЩИЙ УХОД
Увлажняющий гиалуроновый тоник

2 ИНТЕНСИВНЫЙ УХОД
Увлажняющая гиалуроновая сыворотка-активатор

3 ОСНОВНОЙ УХОД
Увлажняющий гиалуроновый крем для лица, шеи и области декольте
Крем для кожи вокруг глаз

ГИАЛУРОНОВЫЙ СТАНДАРТ УВЛАЖНЕНИЯ

АЛЬФОНСО РОМЕРО ДЕ ЛА ТОРРЕ
Директор по качеству международной лаборатории LIBREDERM

Реклама: 18+ ООО «КОСМЕТИК СЕРВИС», 142700, МО г. Раменское, ул. Коммунальная, д. 1, этаж 1, пом. 38. ОГРН 1165030087883

Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии ассортиментной линейки рекламируемого продукта и модели, воплощающей образ марки, занимает 2\3 объявления. Первый вербальный элемент – крупный логотип компании в левом верхнем углу. Второй по размеру вербальный элемент – слоган «Гиалуроновый стандарт увлажнения», размещён на другом фоне. Следующий вербальный блок – основной текст, он является своеобразным нумерованным списком, каждый элемент которого графически выделен крупной цифрой. Ещё один вербально-визуальный блок размещён в правом нижнем углу. Он состоит из небольшого портрета представителя компании, его имени и должности.

19 Какой вид маркетинговых коммуникаций представлен в рекламном объявлении?

	 CAUDALIE PARIS с 26 по 31 декабря ВРЕМЯ ПОКУПАТЬ ПОДАРКИ В РИВ ГОШ -35% НА ВСЕ СРЕДСТВА CAUDALIE
20	Ответ: стимулирование сбыта Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?



Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии, занимающей почти всё пространство объявления, с объектом рекламирования, размещённым в центре. Первый вербальный элемент – логотип компании. Второй вербальный элемент – слоган на английском языке и его адаптированная версия на русском языке. Контактная информация представлена адресами сайтов и телефоном дистрибьютора, логотипами торговых сетей, в которых, вероятно, продаётся объект рекламирования, и QR-кодом.

- 21 Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?

	 ОЛЕСЯ МУСТАЕВА основательница бренда и главный технолог-разработчик ANTI-AGE УХОД В УСЛОВИЯХ ГОРОДА Сыворотка для лица "Она иная" MULTICOMPLEX ANTI-AGING • замедляет стрессовое старение клеток* • глубоко увлажняет кожу* • повышает эластичность и тонус кожи* • подходит для лица / кожи вокруг глаз / области шеи и декольте В условиях города кожа испытывает высокую нагрузку (токсины городского смога и пыли, голубой свет от гаджетов, перепады температур, ультрафиолет). Все эти факторы влияют на снижение и здоровый цвет кожи, делая ее тусклой и обезвоженной. Сыворотка "Она иная" MULTICOMPLEX ANTI-AGING снижает стресс-индуцированное старение кожи*, придавая коже гладкость, бархатистость, сияние и здоровый вид. * свойства продукта подтверждены клинически в лабораториях России и Кореи MASTER-OM.COM  Золотое Яблоко Реклама ИД Телерадиомедиа ОГРН 1209000009525 Multicomplex Anti-aging – Мультикомплекс Анти-эджинг
22	Б1.О.09 Политология (5 семестр) В государстве Н. правительство формируется партией, победивших на парламентских выборах. Её лидер становится премьер-министром, который является важной политической фигурой. В государстве Н существует свободная конкуренция политических партий, принцип разделения властей реализован в построении государственного аппарата. Абсолютное большинство мест принадлежит партии, которая провозглашает священность прав и свобод граждан, ценности свободы и частной собственности. 1. Какова форма правления государства Н? (Дайте полное название). 2. Какой политический режим в государстве Н.? 3. Какой идеологии придерживаются

	сторонники партии, имеющей абсолютное большинство мест в парламенте? Ответ: 1. Парламентская республика 2. Демократический. 3. Либеральная (либерализм)
23	В стране Н. выборы проводятся по общенациональному округу. Распределение мест в парламенте осуществляется в зависимости от набранных политическими партиями голосов при условии, что эти партии преодолели 5 % избирательный барьер. 1.К какому типу относится избирательная система страны Н.? Как называется другой тип избирательной системы? Ответ: 1. Пропорциональная 2. Мажоритарная

Общепрофессиональная компетенция ОПК-3

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.19 История русской и зарубежной литературы (1-2 семестр)

Б1.О.12 История искусства (4 семестр)

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)

1	Теория, в соответствии с которой сообщения массовой коммуникации являются для человека источником представлений о мире - а) теория повестки дня б) теория культивации в) социально-когнитивная теория г) теория «спирали молчания»
2	Уверенность человека в том, что массовая коммуникация оказывают на него меньшее влияние, чем на других а) эффект третьего лица б) эффект первого лица в) эффект «посредника» г) эффект Голема
3	Закон, в соответствии с которым, незавершенные (прерванные по каким-либо причинам) действия запоминаются человеком намного лучше, чем завершенные, законченные. а) Закон Фрейда б) Закон Ривса в) Закон Зейгарник
4	В рекламе мебельного магазина используется слоган «Творите, что хотите», и демонстрируются возможности конструирования разных проектов на основе одних и тех же готовых модулей мебели. Какой миф используется в подобных сообщениях? а) миф о ложном препятствии б) миф о ложном творчестве в) миф о ложном слиянии г) миф о ложной деятельности

Б1.О.19 История русской и зарубежной литературы (1-2 семестр)	
5	Произведение какого жанра древнерусской литературы представляло собой жизнеописание святого? а) историческая повесть б) житие в) историческое сказание г) хождение
6	Кем впервые употреблён термин «лишний человек» в литературе? (выберите один правильный ответ): а) И.С. Тургенев б) А.С. Пушкин в) В.П. Анненков г) Н.А. Добролюбов
7	Какого писателя было принято в отечественной гуманитарной традиции противопоставлять Ф.М. Достоевскому? а) А.С. Пушкин б) Л.Н. Толстой в) А. Белый г) И.С. Тургенев
8	К какому периоду истории 20 века относится действие в рассказе А.Платонова «Мусорный ветер»? а) Первая мировая война б) 20-е годы в) 30-е годы г) Вторая мировая война
9	Кто из богов древнегреческой мифологии считался «громовержцем»? а) Посейдон б) Гефест в) Зевс г) Гера
10	Кого считают виновником Троянской войны? а) Гера б) Медея в) Афина Паллада г) Елена Прекрасная
Б1.О.12 История искусства (4 семестр)	
11	Какой способ письма существовал в Шумере? а) клинопись б) иероглифы в) узелковое письмо г) пиктография
12	В какой книге В. Кандинский изложил программу абстракционизма? а) «О духовном в искусстве» б) «Точка и линия на плоскости» в) «Ступени» г) «Звуки»
13	Особый прием в живописи, придуманный Леонардо да Винчи и впервые примененный в «Мадонне в Гроте»? а) кракелюры б) аркада в) арабеска г) сфумато
14	Как называлась укрепленная часть древнегреческого города, расположенная на

	возвышенности? а) форум б) акрополь в) цитадель г) некрополь
15	Как называются неолитические строения из трёх камней? а) кромлех б) менгир в) дольмен г) толос
16	Кто из русских художников расписал плафон Парижской Оперы? а) М.Шагал б) В.Серов в) К.Малевич г) В. Кандинский
17	Какому стилю присущи следующие черты: разочарование в окружающем мире, восприятие времени, неизбежно влекущего к смерти, преувеличенная экспрессия? а) классицизм б) ампир в) сентиментализм г) барокко
18	Какой жанр драматургии возник из культа бога Диониса и переводимый как «песнь козлов»? а) комедия б) трагедия в) драма г) опера

Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)

1	Побочный довод, который отвлекает от рекламируемого продукта и переключает внимание потребителя, на какие-то не связанные с потреблением, отвлеченные мысли. Ответ: довод-вампир
2	Назовите вид рекламы, которая выводит человека из состояния эмоционального равновесия Ответ: шоковая реклама (шок-реклама).
3	Психический процесс, проявляющийся в особой форме активности человека, которая выражается в направленности сознания на значимые для него явления и его сосредоточенности на внешних предметах или внутренних переживаниях, первый психологический барьер при взаимодействии потребителя с рекламным сообщением. Ответ: внимание
4	Совокупность убеждений о надежности рекламы и готовности действовать в соответствии с информацией, переданной в рекламном сообщении. Ответ: доверие

Б1.О.19 История русской и зарубежной литературы (1-2 семестр)

5	Завершите утверждение: жанр своего произведения «Мертвые души» Н.В. Гоголь определил как... Ответ: поэма
6	Кому Ч. Айтматов посвятил повесть «Ранние журавли»? Ответ: сыну
7	Какой роман написал Апулей? Ответ: «Метаморфозы, или Золотой осёл».

Б1.О.12 История искусства (4 семестр)	
8	Для какого типа Возрождения: Итальянского или Северного характерно активное использование ресурсов готики? Ответ : Северное Возрождение
9	В каком стиле писали художники объединения передвижников? Ответ: Реализм
10	Фамилией какого композитора Жан Тенгели и Ники де Сен-Фай назвали фонтан возле Центра Помпиду, в котором все фигуры вращаются? Ответ: Стравинский
11	Кто является автором живописных полотен «Весна», «Рождение Венеры», «Святой Себастьян», «Мадонна с гранатом» ? Ответ: Сандро Боттичелли
12	Какое название имел стиль модерн в Италии? Ответ: Либерти
13	Для какого из архитектурных ордоров Древней Греции характерна высокая колонна с базой, с каннелюрами и пышной капителью из рядов листьев аканфа и небольших волют? Ответ: Коринфский
14	С какой работы Пикассо исчисляют начало эпохи модернизма? Ответ: «Авиньонские девицы»
15	Почему египетский канон требовал разномасштабного изображения фигур? Ответ: Из-за различного социального статуса
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)	
1	Расставьте в логическом порядке барьеры, которые преодолевает рекламное сообщение: понимание, восприятие, внимание, действие, выбор, доверие, запечатление, привлекательность, смысл. Ответ: внимание, восприятие, понимание, смысл, запечатление, привлекательность, доверие, выбор, действие.
2	Какой архетип используют бренды: мороженое СССР, Императорский фарфоровый завод, бренд одежды «Запорожец», и в чем суть его проявления. Ответ: Архетип «Золотого века», который проявляется в отсылке какой-то идеальной давно ушедшей эпохи, романтизации ее атмосферы.
3	Какой механизм привлечения внимания используется в этих рекламных сообщениях: «Ты не ты, когда Ла-Ла-жаешь» (Сникерс) «Добро пожаловать! Рады абсолютно всем котам с 1926 года» (авиакомпания Люфтганза) «Сомневаешься – идти стричься сейчас или подождать полгода? Не переживай – «Олдбой» уже позаботился о необходимых мерах безопасности» (Барбершоп) Ответ: использование текущей повестки для привлечения внимания к продукту
4	Перед вами два варианта вывески для нового отеля: «Отель Парадиз» и «Парадиз Отель». Какую вывеску лучше выбрать и почему? Ответ: «Отель Парадиз», процесс вспоминания легче происходит в прямом, а не в обратном порядке, поэтому вероятность того, что слово «отель» вызовет в памяти название конкретного отеля «Парадиз» будет выше.
Б1.О.19 История русской и зарубежной литературы (1-2 семестр)	
5	Верно ли утверждение, что повесть Н.М. Карамзина «Бедная Лиза» является классицистическим произведением? Аргументируйте ответ. Модель ответа: Утверждение неверно. «Бедная Лиза» Н.М. Карамзина – сентиментальная повесть, т.к. в ней утверждается культ чувств. В отличие от произведений классицизма, повесть «Бедная Лиза» лишена морали, дидактизма, назидательности: автор не поучает, а пытается вызвать у читателя сопереживание

	героям.
6	Верно ли утверждение, что в пьесах А.П.Чехова доминирует внешний конфликт? Аргументируйте ответ. Модель ответа. Утверждение неверно. Вместо внешних конфликтов на первый план в чеховских пьесах выдвигаются внутренние конфликты, которые отражают глубокие переживания героев.
7	Верно ли утверждение, что, с точки зрения М.М. Бахтина, романы Достоевского имеют монологическую структуру? Аргументируйте ответ. Модель ответа. Согласиться с утверждением нельзя. М.М. Бахтин был одним из тех, для кого диалогический принцип служил глубинным основанием существования языка, мышления, культуры, литературы. На шкале ценностей Бахтина диалогизм выше монологизма, поэтому, к примеру, в противопоставлении полифонического и монологического повествования ученый отдает явному предпочтению первому, а не второму. Полифоничность, с точки зрения Бахтина, – определяющая черта романов Достоевского.
Б1.О.12 История искусства (4 семестр)	
8	Какому художнику принадлежит следующее высказывание: «Мне хотелось отказаться от эстетики... Я ткнул подставку для бутылок и писсуар им в лицо, и теперь люди восхищаются их эстетической красотой»? Ответ: Марсель Дюшан.
9	Какому художнику принадлежит следующее высказывание: «Черный квадрат стал символом нигилистического отрицания культурного достояния – бремени, нажитого человечеством»? Ответ: Казимир Малевич.
10	Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Новое время) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ: Учитесь мыслить вы, затем уже писать. Идет за мыслью речь; яснее иль темнее И фраза строится по образцу идеи. Что ясно понято, то ясно прозвучит, И слово точное немедля набежит. Ответ: Новое время. В тексте обосновывается рационализм как мировоззренческий метод художественного текста.
11	Определите, кому из известных художников эпохи Возрождения принадлежит следующее высказывание: «Живопись — это поэзия, которую видят, а поэзия — это живопись, которую слышат. Где дух не водит рукой художника, там нет искусства. Где мысль не работает вместе с рукой, там нет художника»? Ответ: Леонардо да Винчи.
12	В работах каких теоретиков давалось описание постмодерна? Назовите 5 основных имён. Ответ: Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида, Ж. Лиотар, Л. Фидлер.
13	Определите, какой культурной эпохе (античность, средневековье, Возрождение) принадлежит данный текст, обоснуйте ответ: Я хотел бы иметь право сказать, что вполне был чужд плотских страстей, но, сказав так, я солгал бы. Однако скажу уверенно, что, хотя пыл молодости и темперамент увлекал меня к этой низости, в душе я всегда проклинал ее. Приближаясь к сороковому году, когда было во мне жара и сил довольно, я совершенно отрешился не только от мерзкого этого дела, но и от всякого воспоминания о нем, так, как если бы никогда не глядел на женщину. И считаю это едва ли не величайшим моим счастьем и благодарю господа, который избавил меня, еще во цвете здоровья и сил, от столь презренного и ненавистного мне рабства. Ответ: Средневековье. Осуждается плотское влечение к женщине как грех.
14	Для этого особого стиля росписи керамики в Древней Греции характерно

	следующее: черный рисунок наносится на оранжевый фон обожжённой глины. Назовите его. Ответ: Чернофигурный стиль

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)

Б1.О.23 Медиарилейшнз (6 семестр)

Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций (6 семестр)

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций (6 семестр)	
1	Какое суждение соответствует определению социологии массовой коммуникации как отрасли знания? а) наука о природе и истории массовой коммуникации б) наука о функционировании массовой коммуникации в современном обществе в) теория рекламной и PR деятельности г) наука о социальных системах
2	Чем преимущественно отличаются количественные методы исследования аудитории массовой коммуникации? а) их главная функция – изучение мотивации потребителей б) они основаны на измерительных процедурах в) они носят хаотичный характер г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения
3	Чем преимущественно отличаются качественные методы исследования рекламы? а) их главная функция – изучение мотивации потребителей б) они основаны на измерительных процедурах в) они носят стандартизированный характер г) с их помощью можно понять осознаваемые факторы в изучении общественного мнения
4	Какой метод сбора социологической информации относится к опросным? а) анкетирование б) контент-анализ в) наблюдение г) использование государственной статистики
5	Что входит в процедуру измерения индекса потребительских настроений? а) проективные техники б) вопросы анкеты
Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)	
6	Какой гештальт-принцип лежит в основе данного рекламного изображения?



- а) закон близости
- б) закон непрерывности
- в) **закон фигуры и фона**

- 7 В рекламе у хозяйки ничего не получается. Вдруг она достает бульонный кубик и у нее выходит отличный суп, за который ее хвалят муж и дети. Какой миф используется в подобных сценариях?
- а) миф о ложном препятствии
 - б) миф о ложном творчестве
 - в) **миф о ложном слиянии**



- Какой архетип используется в рекламе Сникерс со слоганом «Ты не ты, когда голоден»?
- а) архетип Джокер
 - б) архетип персона
 - в) **архетип тени**

- 9 Социодемографические параметры целевой аудитории включают:
- а) **пол, возраст, образование, уровень дохода**
 - б) систему ценностей, стиль жизни
 - в) частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке
 - г) приверженность традициям, склонность к риску

	д) место проживания, места совершения покупок
10	Психологические параметры целевой аудитории включают: а) пол, возраст, образование б) семейное положение, наличие/отсутствие детей в) систему ценностей, стиль жизни г) частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке д) уровень дохода, принадлежность к социальному классу
Б1.О.23 Медиарилейшнз (6 семестр)	
11	В каком случае, по определению профессионального кодекса Союза журналистов России, может быть нарушена конфиденциальность информации? а) по запросу судебных и следственных органов б) в случае сознательного искажения источником истины в) если источник принадлежит к высокопоставленным кругам г) если источник фигурирует в материалах уголовного следствия
12	Что представляет собой мониторинг как одно из направлений деятельности пресс-службы: а) формирование стратегии организации с учетом ее общественных связей б) анализ влияния политики организации на общественность в) наблюдение, оценка материалов СМИ, прямо или косвенно касающихся деятельности организации г) планирование выступлений в СМИ
13	Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение: а) высокого уровня общественного сознания б) высокой общественной репутации в) низкого уровня общественного сознания г) высокого общественного порицания
14	Кто является ведущим пресс-конференции? а) ньюсмейкер б) спикер в) глава организации г) модератор
15	Какое время является наиболее оптимальным для проведения пресс-конференции? а) 11-14 часов дня б) 15-17 часов дня в) 9-10 часов утра г) 17 -19 часов
16	Какая длительность пресс-конференции является оптимальной? а) 3 часа б) 1 час в) 1,5-2 часа г) 4 часа
17	Набор представляющих интерес для СМИ разножанровых СО-текстов, объединенных одним информационным поводом носит название: а) медиакарта б) пресс-ревью в) пресс-кит г) медиакит
18	Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс-конференции? а) пресс-папье б) пресс-секретарь в) пресс-кит г) пресс-релиз.

19	Превью для журналистов проводится: а) перед открытием мероприятия б) во время мероприятия в) после мероприятия г) по просьбе журналистов
20	Фактор, определяющий необходимость проведения пресс-мероприятий: а) веский информационный повод б) желание руководителя в) желание пресс-секретаря г) наличие достаточного бюджета
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций (6 семестр)	
1	В структуру общественного мнения входят определенные элементы. Отберите их из приведенного перечня: события, социальные оценки, новые идеи, эмоционально-чувственные составляющие, волевые составляющие. Ответ: социальные оценки, эмоционально-чувственные составляющие, волевые составляющие.
2	Среди направлений изучения проблем массовой коммуникации выделяется сбор и анализ сведений о реальных моделях потребления информации населением. С помощью каких методов получают такие данные? Ответ: дневниковые теле-, радио- или интернет панели, в том числе с помощью специальной аппаратуры, Big Data.
3	Какие исследовательские центры изучения общественного мнения специализируются в области массовой коммуникации: Всероссийский Центр Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп. Ответ: Медиалогия, Комкон, Ромир, Медиаскоп.
4	Какая формулировка более всего соответствует современному социологическому пониманию культуры общества: социально стандартизированное поведение, духовная сфера, литература искусство, высокий уровень достижений, организация человеческой жизнедеятельности, включающая понятия, ценности, нормы, отношения. Ответ: организация человеческой жизнедеятельности, включающая понятия, ценности, нормы, отношения.
Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)	
5	Назовите метод, основанный на построении семантических пространств и анализе положения объектов в семантических пространствах, часто используемый для анализа восприятия рекламы, разработанный Чарльзом Осгудом. Ответ: семантический дифференциал.
6	Если оборудовать 2 витрины магазина таким образом, чтобы на витрине №1 было размещено 30 сумочек, а на витрине №2 – 10 сумочек. Около какой из них время рассматривания товара будет в среднем дольше? Ответ: у витрины №2
7	Назовите побочный образ, который отвлекает от самого продукта Ответ: образ-вампир
8	Биологический термин, означающий адаптивное сходство одного биологического вида с другим или с объектами окружающей среды, который часто используется в рекламе для обозначения товарных знаков, сюжетов, элементов фирменного стиля, скопированных у более успешных конкурентов. Ответ: мимикрия
9	Какой тип сегментации аудитории основан на следующих критериях: статус пользователя, уровень пользования товаром, уровень лояльности, чувствительность к факторам маркетинга?

	Ответ: поведенческая сегментация																				
10	Какой параметр сегментирования целевой аудитории использован в данном примере? «В первую группу потенциальных покупателей «Levi's» вошли трендсеттеры, стремящиеся отличаться от остальных и охотно покупающие все модное и новое. Во вторую – жертвы моды, покупающие новинки вслед за инноваторами. В третью – те, кот предпочитает не выделяться из общего ряда. И, наконец, четвертая – жертвы брендов, выбирающие порой немодную и неподходящую им одежду, но обязательно с известным лейблом». Ответ: психографический.																				
11	Для тестирования нового рекламного ролика наилучшим образом подходит такой метод исследований, как _____. Инструкция: напишите полное название метода (без сокращений) со строчной (маленькой) буквы Ответ: фокус-группа																				
Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)																					
12	Отметьте правильные соответствия колонок А и Б <table border="1"><thead><tr><th>№№</th><th>А</th><th>№№</th><th>Б</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>Аффинити-индекс</td><td>1</td><td>суммарный рейтинг, набранный в результате рекламной кампании, т.е. суммарное количество рейтингов аудитории, видевшей / слышавшей рекламное сообщение</td></tr><tr><td>2</td><td>Индекс цитируемости СМИ</td><td>2</td><td>показатель качества распространения контента СМИ, учитывающий количество ссылок на источник информации в других СМИ и количество likes и shares материалов СМИ в соцмедиа</td></tr><tr><td>3</td><td>Показатель OTS (opportunity to see)</td><td>3</td><td>показатель, характеризующий соотношение между рейтингом медиапродукта по целевой аудитории и рейтингом по базовой аудитории</td></tr><tr><td>4</td><td>Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point)</td><td>4</td><td>показатель, позволяющий оценить общее количество контактов в численном выражении (в чел.), достигнутых в результате коммуникационной кампании,</td></tr></tbody></table> Инструкция: ответ напишите, используя прописные (большие) буквы, обозначающие столбец и цифры (№№) по образцу: А2Б4, далее через занятую следующее соответствие Ответ: А1Б3, А2Б2, А3Б4, А4Б1	№№	А	№№	Б	1	Аффинити-индекс	1	суммарный рейтинг, набранный в результате рекламной кампании, т.е. суммарное количество рейтингов аудитории, видевшей / слышавшей рекламное сообщение	2	Индекс цитируемости СМИ	2	показатель качества распространения контента СМИ, учитывающий количество ссылок на источник информации в других СМИ и количество likes и shares материалов СМИ в соцмедиа	3	Показатель OTS (opportunity to see)	3	показатель, характеризующий соотношение между рейтингом медиапродукта по целевой аудитории и рейтингом по базовой аудитории	4	Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point)	4	показатель, позволяющий оценить общее количество контактов в численном выражении (в чел.), достигнутых в результате коммуникационной кампании,
№№	А	№№	Б																		
1	Аффинити-индекс	1	суммарный рейтинг, набранный в результате рекламной кампании, т.е. суммарное количество рейтингов аудитории, видевшей / слышавшей рекламное сообщение																		
2	Индекс цитируемости СМИ	2	показатель качества распространения контента СМИ, учитывающий количество ссылок на источник информации в других СМИ и количество likes и shares материалов СМИ в соцмедиа																		
3	Показатель OTS (opportunity to see)	3	показатель, характеризующий соотношение между рейтингом медиапродукта по целевой аудитории и рейтингом по базовой аудитории																		
4	Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point)	4	показатель, позволяющий оценить общее количество контактов в численном выражении (в чел.), достигнутых в результате коммуникационной кампании,																		
13	Количественные исследования позволяют получить _____. распределения ответов респондентов. Инструкция: напишите ответ словом/словами (без сокращений) со строчной (маленькой) буквы Ответ: процентные																				
14	Почтовые опросы проводятся в случаях значительной																				

	_____ рассредоточенности представителей выборочной совокупности Инструкция: напишите ответ словом/словами (без сокращений) со строчной (маленькой) буквы Ответ: территориальной																						
15	Отметьте правильные соответствия колонок А и Б <table border="1"> <thead> <tr> <th>№№</th><th>А</th><th>№№</th><th>Б</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Предтестирования рекламных сообщений</td><td>1</td><td>Проводятся для оценки динамики осведомленности представителей целевой аудитории о рекламируемом товаре/услуге</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Посттестирования рекламных сообщений</td><td>2</td><td>Проводятся с целью определения необходимости корректировки рекламной кампании или выбора лучшего из нескольких вариантов рекламного сообщения</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Мониторинговые исследования мнений и предпочтений аудиторий</td><td>3</td><td>Проводятся для оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения</td></tr> </tbody> </table> Инструкция: ответ напишите, используя прописные (большие) буквы, обозначающие столбец и цифры (№№) по образцу: А2Б4, далее через занятую следующее соответствие Ответ: А1Б2, А2Б3, А3Б1			№№	А	№№	Б	1	Предтестирования рекламных сообщений	1	Проводятся для оценки динамики осведомленности представителей целевой аудитории о рекламируемом товаре/услуге	2	Посттестирования рекламных сообщений	2	Проводятся с целью определения необходимости корректировки рекламной кампании или выбора лучшего из нескольких вариантов рекламного сообщения	3	Мониторинговые исследования мнений и предпочтений аудиторий	3	Проводятся для оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения				
№№	А	№№	Б																				
1	Предтестирования рекламных сообщений	1	Проводятся для оценки динамики осведомленности представителей целевой аудитории о рекламируемом товаре/услуге																				
2	Посттестирования рекламных сообщений	2	Проводятся с целью определения необходимости корректировки рекламной кампании или выбора лучшего из нескольких вариантов рекламного сообщения																				
3	Мониторинговые исследования мнений и предпочтений аудиторий	3	Проводятся для оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения																				
16	Отметьте правильные соответствия колонок А и Б <table border="1"> <thead> <tr> <th>№№</th><th>А</th><th>№№</th><th>Б</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Экономические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия</td><td>1</td><td>образовательный статус, семейное положение, должностной статус</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Демографические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия</td><td>2</td><td>стереотипы, установки, модель поведения</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Социальные характеристики целевой аудитории рекламного воздействия</td><td>3</td><td>занятость, покупательская способность, доход</td></tr> <tr> <td>4</td><td>Психологические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия</td><td>4</td><td>пол, возраст</td></tr> </tbody> </table> Инструкция: ответ напишите, используя прописные (большие) буквы,			№№	А	№№	Б	1	Экономические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	1	образовательный статус, семейное положение, должностной статус	2	Демографические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	2	стереотипы, установки, модель поведения	3	Социальные характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	3	занятость, покупательская способность, доход	4	Психологические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	4	пол, возраст
№№	А	№№	Б																				
1	Экономические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	1	образовательный статус, семейное положение, должностной статус																				
2	Демографические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	2	стереотипы, установки, модель поведения																				
3	Социальные характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	3	занятость, покупательская способность, доход																				
4	Психологические характеристики целевой аудитории рекламного воздействия	4	пол, возраст																				

	обозначающие столбец и цифры (№№) по образцу: А2Б4, далее через занятую следующее соответствие Ответ: А1Б3, А2Б4, А3Б1, А4Б2
17	Какова последовательность действий при определении целевой аудитории коммуникационного воздействия? А. Определение структуры целевой аудитории (по полу, возрасту, уровню доходов и др. характеристикам) Б. Определение размеров целевой аудитории В. Определение мнений и предпочтений представителей целевой аудитории (ее отдельных групп), в том числе приоритетов в отношении каналов получения информации <i>Инструкция: ответ напишите, используя прописные (большие) буквы, обозначающие вариант ответа и правильный порядок операций (через запятую), например, В, Б, А.</i> Ответ: БАВ
<u>Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)</u>	
Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)	
1	Чем объясняется популярность привлечения знаменитостей в рекламу, направленная на мотивирование потребителя совершить покупку? Ответ: высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости транслируется и на товары и услуги, которые предлагает селебрити.
2	Конструкторы рекламы в своей деятельности учитывают гендерные аспекты рекламирования и связей с общественностью. Определите, что в перечне этих аспектов является ошибочным, не относящимся к проблематике гендера: эмоциональные мотивы, ценностные ориентации, сексуальные мотивы, учет психофизиологических различий типичных мужчин и женщин. Ответ: эмоциональные мотивы, ценностные ориентации.
3	Вам необходимо разработать анкету для оценки коммуникативной эффективности рекламы. Какие вопросы вы включите в данную анкету? Будете ли использовать контрольный вопрос? Если да, то какой? Ответ: о внимании, интересе и частоте обращения к ней аудитории, о запоминаемости, привлекательности и убедительности содержания. Контрольный вопрос: Что именно запомнилось (напишите).
4	Какой прием используется в данном рекламном изображении?



Ответ: Построение рекламы дуалистическим образом, свойственном мифологическому мышлению. Один из приемов, используемых в мифодизайне.

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

- 5 Вы создаёте медиапроект для популяризации театрального искусства среди молодёжной аудитории. Опишите основные сегменты целевой аудитории данного проекта.

Ответ: Первый сегмент – старшие школьники и студенты, задумывающиеся о том, как интересно провести время, выбирающие, куда пригласить друга или подругу. Второй сегмент – сотрудники государственных и частных театров. Третий сегмент – СМИ, лидеры мнений, пишущие о региональных культурных событиях и проектах.

- 6 Вы создаёте медиапроект для продвижения студенческого коммуникационного агентства. Агентство выполняет заказы на условиях символического агентского вознаграждения, главной целью работы над проектами является приобретение профессионального опыта и новые знакомства.

Опишите основные сегменты целевой аудитории данного проекта.

Ответ:

Сегмент первый: мужчины и женщины 22 – 45 лет, руководители и / или владельцы рекламных агентств, заинтересованные в молодых и креативных сотрудниках-аутсорсерах.

Сегмент второй: мужчины и женщины 22 – 45 лет, руководители и / или владельцы небольших коммерческих и некоммерческих организаций, коммуникационный бюджет которых не позволяет держать штатного специалиста по рекламе или пользоваться услугами профессионального агентства.

Сегмент третий: мужчины и женщины 22 – 45 лет, специалисты по коммуникациям крупных компаний, ищущие новые идеи и открытые для сотрудничества с будущими коллегами.

Сегмент четвёртый: студенты вузов, обучающиеся на направлениях «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации», «Дизайн», «Маркетинг».

Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций (7 семестр)

7



Почему использование такого рода символов при разработке логотипов нежелательно?

Ответ: при взаимодействии с символами, имеющими множество деталей, человек часто сохраняет лишь упрощенный образ, например, в виде геометрической фигуры.

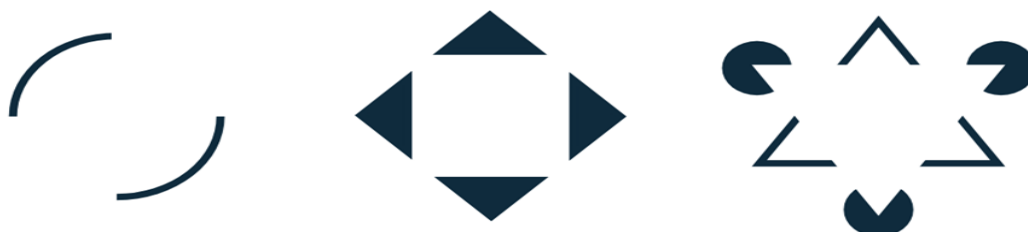
8

Посмотрите на изображения и ответьте, какой из основных гештальт-принципов, часто используемых в рекламном дизайне, они иллюстрируют. В чем заключается его суть?

Ответ: Закон завершения образа: Объекты, сгруппированные вместе, выглядят как целое. Пробелы между объектами мысленно дополняются недостающими линиями и из разрозненных частей складывается единый



образ.



Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)

- 9 Кейс Выход компании «Воронежская сыроварня» на новые рынки. Предприятие «Воронежская сыроварня», ведущее свою деятельность на территории Воронежской области (приоритет отдается областному центру и крупным городам региона), намерено выйти на новые рынки за пределы региона. Предприятие производит различные виды сыров из коровьего молока, которые позиционирует как экологически чистую продукцию, изготовленную по традиционным рецептам. Проведенные в регионе исследования свидетельствуют о том, что для 78,5% жителей Воронежа и других крупных городов важен состав потребляемых продуктов и экологическая чистота исходных ингредиентов. Целевую аудиторию составляют мужчины и женщины, городские жители, в возрасте 25-55 лет со средним и выше уровнем дохода. Среди представителей целевой аудитории 11,2% покупают сыр регулярно, не реже 1 раза в неделю, 19,8% делают такие покупки в два раза реже, 15,9% покупают сыр в среднем раз в месяц, 33,4% совершают нерегулярные эпизодические покупки. Ядро целевой аудитории – женщины 35-45 лет, совершающие покупки сыра еженедельно. Для них важна репутация производителя. Считают натуральный сыр традиционным продуктом, который должен обязательно входить в рацион питания. Основную информацию о товарах и услугах представители целевой аудитории получают из электронных СМИ и социальных медиа. Для них важно мнение экспертов и специалистов в области производства сыров. Интересуются новинками. Не оставляют без внимания дегустации. Покупки предпочитают делать в фирменных торговых точках. Составьте укрупненный план действий (4-5 ключевых мероприятий) от предварительного анализа до выбора видов коммуникационного воздействия.
- Ответ:**
План (перечень мероприятий).

	1. Анализ социально-культурной среды нового региона присутствия; определение особенностей потребительского поведения. 2. Сегментирование рынка, выделение ядра целевых аудиторий с учетом существующих субкультур региона. 3. Определение основных коммуникационных каналов и средств интегрированных коммуникаций для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями. 4. Выбор видов коммуникационного воздействия на целевые аудитории.
10	Кейс. Организация продвижения продукции компании «Источник» Компания «Источник» занимается производством и продажей чистой питьевой воды. Кроме расфасованной воды в емкости 0,5; 1; 1,5; 2; 19 л., в которые разливается чистая (доочищенная) питьевая вода, также предлагает и продает устройства для удобства розлива воды из бутылей: помпы, диспенсеры, кулеры. Идея производства и продажи питьевой воды возникла после изучения проблем с качеством водопроводной воды и оценки мнения потребителей относительно её качества. Фирма «Источник» принимает участие в различных выставках и конкурсах, посвященных проблемам питьевой воды и качеству пищевых продуктов. Вода, выпускаемая предприятием, получила награды на международном конкурсе и была признана «Маркой года». Для производства питьевой воды используется доочищенная артезианская вода из источника, расположенного в экологической зоне Воронежской области, где вода имеет высокие качественные параметры. Изучив зарубежный опыт и опыт других крупных городов России, предприятие «Источник» пришло к выводу, что оптимальным может быть предложение питьевой воды в 19 литровых бутылках. Кроме того, было решено осуществлять ее доставку клиентом на дом. В таком случае значимость приобретает не только питьевая вода, но и услуга по ее доставке. В цехе по производству воды применяется многоступенчатая система очистки. Вода из скважины проходит цикл очистки с применением современной высокоэффективной технологии и оборудования, что позволяет получить питьевую воду с сохранением природных вкусовых качеств и оптимальной минерализации. После очистки вода разливается в 19-ти литровые бутылки из поликарбоната, которые экологически безопасны, подлежат многократному использованию и разработаны специально для сохранения вкуса питьевой воды (срок эксплуатации возвратной тары не более 12 месяцев). Каждая бутылка запечатывается одноразовой полиэтиленовой крышкой и индивидуальной упаковочной пленкой, на которой ставится дата окончания гарантийного срока годности питьевой воды. В соответствии с полученным сертификатом вода имеет срок годности 20 дней. Предприятием «Источник» получен сертификат соответствия в Роспотребнадзоре, подтверждающий соответствие выпускаемой воды установленным требованиям, что гарантирует клиентам стабильное и высокое качество продукта. Надлежащая система контроля качества продукции позволила предприятию получить аттестат «За экологическую безопасность». Опишите конкурентные преимущества продукта (питьевой воды) компании «Источник», которые должны (могут) быть использованы при проведении коммуникационной кампании. Ответ: Использование доочищённой артезианской воды. Многоступенчатая система очистки природной воды. Источник воды расположен в экологически чистом месте. Вода имеет высокие качественные параметры, в ней сохранены природные вкусовые качества и оптимальная минерализация. Наличие дополнительной услуги по доставке 19-литровых емкостей с водой на дом клиентам. Выпуск продукции в таре различного объема. Тара экологически безопасна и может быть многократно использована. Наличие сертификата

	соответствия.
11	Кейс Проведение исследований в ходе организации и проведения комплексной коммуникационной кампании торгового центра «Carre Senart» Франция в свое время пережила невиданный бум развития крупных магазинов, вынудивший правительство принять законы, ограничивающие создание новых и укрупнение действующих торговых центров и гипермаркетов. В связи с этим особый интерес представляет новый двухуровневый торговый центр «Carre Senart» площадью 55 000 м²; с одной стороны, в нем были внедрены все самые передовые технологии, а с другой — он находится в окружении давно и успешно работающих конкурентов (его окружают четыре торговых центра и два гипермаркета), что предъявляло сверхвысокие требования к его «раскрутке». В сложившейся непростой ситуации руководство центра приняло решение сосредоточиться на оригинальной концепции, к разработке были подключены и жители близлежащих районов. Проведенные исследования показали, что население желает видеть в торговом центре воплощение таких ценностей, как семья, экология, современность, практичность, приятная атмосфера и спокойствие. «Carre Senart» позиционировался как место семейного эко-шопинга, где покупатели получают удовольствие от близости к природе. При его постройке использовались только натуральные материалы, электричество поступает от специальной ветровой электростанции, на автостоянку по системе громкого вещания транслируется пение птиц, весь центр разбит на зоны, в каждой из которой применен полный арсенал средств сенсорного маркетинга (добавленные в систему кондиционирования ароматы распространяют в зависимости от сезона запахи скошенной травы, кедр, моря и т. д.), лифт с трехмерным изображением создает иллюзию спуска по водопаду, внутренние указатели выполнены в виде гранитных валунов, помимо традиционной детской комнаты в центре открыт пони-клуб и т.п. Для «Carre Senart» было запланировано 10 млн посетителей в год и эти прогнозы оправдываются, что говорит лишь о том, что даже в условиях жесточайшей конкуренции грамотно подобранная коммуникационная стратегия торгового центра может принести ощутимые результаты. Какие исследования, проведенные до начала коммуникационной кампании, наиболее оправданы в данной ситуации? Ответ: Оптимально проведение серии опросов (массовые опросы по стандартизированной анкете): среди жителей района и среди посетителей других торговых центров, расположенных рядом. Результаты анкетирования должны позволить получить ответы на вопросы: каковы приоритеты/ценности целевой аудитории, каким стандартам должен отвечать новый торговый центр, что привлекает посетителей в уже существующих торговых центрах. Массовый опрос может быть дополнен качественными исследованиями (фокус-группами или личными глубинными интервью) для предварительной оценки предполагаемой концепции нового торгового центра.

Общепрофессиональная компетенция ОПК-5

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

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)

- Б1.О.19 Основы теории коммуникации (1 семестр)
 Б1.О.22 Медиаэкономика (5 семестр)
 Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа (5 семестр)
 Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях (6 семестр)
 Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью (7 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б1.О.19 Основы теории коммуникации (1 семестр)	
1	Косвенное общение – это а) общение, в процессе которого буквальный смысл и реальная цель высказывания совпадают; б) общение без физического соприсутствия участников в) общение, в процессе которого буквальный смысл и реальная цель высказывания не совпадают
2	Общение – это а) то же самое, что и коммуникация; б) то же самое, что и социальная коммуникация; в) фрагмент социальной коммуникации.
Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа (5 семестр)	
3	Гетерогенные (разнородные) трудовые коллективы – это группы людей, имеющие отличия по ряду характеристик: а) полу, возрасту, профессии, статусу, уровню образования и т.п. б) психологической несовместимости (интроверты и экстраверты; холерики, сангвиники, флегматики и т.п.). в) должности, размеру заработной платы, привилегиям г) формальному и неформальному лидерству в коллективе.
4	Что не характерно для медиахолдинга? а) концентрация акций различных медиакомпаний б) многоступенчатость, т.е. наличие дочерних, внучатых и прочих родственных фирм в) централизация управления в рамках группы путем выработки материнской фирмой глобальной политики и координации совместных действий предприятий г) отсутствие объединения с какими-либо медиакомпаниями (юридическими лицами различных форм собственности).
Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью (7 семестр)	
5	Понятие «новые медиа» не охватывает: а) газеты и журналы б) пространство Интернета в) технологическую сферу г) социальные отношения
6	Какое СМИ издаётся Правительством Российской Федерации? а) Правда б) Сельская жизнь в) Российская газета г) Аргументы и факты
7	В каком случае, по определению профессионального кодекса Союза журналистов России, может быть нарушена конфиденциальность информации? а) По запросу судебных и следственных органов. б) В случае сознательного искажения источником истины. в) Если источник принадлежит к высокопоставленным кругам. г) Если источник фигурирует в материалах уголовного следствия.
8	Самая активная целевая аудитория сетевых медиа:

	а) люди предпенсионного возраста б) молодежь в) пенсионеры г) люди среднего возраста
Б1.О.22 Медиаэкономика (5 семестр)	
9	Какой российский медиахолдинг/медиаобразование НЕ входит сегодня в группу крупнейших (уровень 1)? а) государственные СМИ б) Проф-медиа в) Национальная медиагруппа г) Газпром-медиа
10	Какой из признаков является основным для определения того, перешла ли страна в информационную стадию постиндустриального общества или осталась в индустриальном мире? а) сфера услуг (включая информационные) в национальной экономике растет быстрее, чем остальные б) использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) оказывает влияние на экономику страны в) государство переходит на использование информационных систем г) государственные и общественные институты делают акцент на информационном производстве и потреблении.
11	Какую услугу предоставляют СМИ рекламодателям? а) рекламную площадь или время б) рекламную информацию в) доступ к аудитории г) креатив
12	Что из перечисленного НЕ является современной тенденцией развития медиабизнеса? а) концентрация медиакапитала б) создание новых технологий и рыночных стратегий в) активное развитие деловых и корпоративных СМИ г) активное развитие нишевых холдингов
13	Что является высшей стадией концентрации медиакапитала? а) издательский дом (группа) б) концерн в) холдинг г) издательно-производственное объединение
14	Назовите основную бизнес-цель (экономическую) корпоративных медиа. а) мобилизовывать б) повышать прибыль в) убеждать, воздействовать г) оптимизировать расходы
Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)	
15	Считается, что журналистика в Европе появилась в начале 17 века. С чем это связано? а) появились первые рукописные сборники новостей б) появились первые печатные издания в) появились первые периодические печатные издания г) появились первые информационные агентства.
16	В какое время появляются СМИ в интернете? а) в 70-е годы 20 века б) в 80-е годы 20 века в) в 90-е годы 20 века

	г) в первое десятилетие 21 века.
17	Что из перечисленного ниже НЕ относится к признакам массового характера журналистской информации? а) соответствие журналистской информации потребностям и интересам аудитории б) доступность журналистской информации для восприятия широкой аудиторией в) возможность для аудитории участвовать в создании журналистской информации г) представление журналистской информации аудитории как в вербальной, так и в невербальной форме
18	Включение в журналистское произведение уже известных аудитории сведений о действительности для лучшего усвоения содержащейся в нём новой информации обозначается термином... а) информационная избыточность б) информационная насыщенность в) информативность г) информационная безопасность
19	Какой из перечисленных ниже источников доходов наиболее важен с точки зрения обеспечения финансовой независимости СМИ? а) продажа информационного продукта б) распространение рекламы в) государственное финансирование г) финансирование от учредителя
20	Релевантность журналистского произведения – это... а) наличие в нём новой для аудитории информации б) его доступность для понимания аудиторией в) его соответствие интересам и потребностям аудитории г) выражение в нём авторской позиции
21	Какая из особенностей интернет-СМИ привела к появлению гражданской журналистики? а) гипертекстовость б) интерактивность в) мультимедийность г) повышенная оперативность
Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях (6 семестр)	
22	Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде: а) штрафа б) частичного или полного приостановления рекламы нарушителя в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
23	Запрещена к распространению в соответствии с ФЗ «О рекламе» ... а) реклама не соответствующая требованиям ФЗ б) реклама, вводящая в заблуждение потребителей в) неэтичная реклама г) все вышеперечисленное
24	Срок хранения рекламных материалов в соответствии с ФЗ - № 38 « О рекламе» РФ составляет: а) 1 год б) 1,5 года в) 2 года г) 2,5 года
25	Законодательный акт, регулирующий рекламную деятельность в России... а) закон РФ «О рекламе» б) закон РФ «О защите прав потребителей»

	в) закон РФ «О банках и банковской деятельности» г) все вышеперечисленное
26	Рекламная информация на территории РФ должна распространяться: а) на русском языке б) на государственном языке и по усмотрению рекламоателя на иных языках без искажения её смысла в) на языках народов РФ г) нет верного ответа
27	Запрещена реклама... а) наружная и телевизионная финансовых услуг б) радиореклама финансовых услуг в) побуждающая к насилию, агрессии, опасным действиям г) все вышеперечисленное
28	Ненадлежащая реклама в соответствии с ФЗ «О рекламе» - это... а) реклама не соответствующая требованиям ФЗ б) реклама, вводящая в заблуждение потребителей в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
29	Недобросовестная реклама... а) дискредитирует фирмы и граждан, которые не пользуются рекламируемыми товарами б) содержит некорректные сравнения с конкурентными товарами в) вводит потребителей в заблуждение путем имитации рекламы других товаров г) нет верного ответа
30	Недостоверная реклама: а) играет на подростковых трудностях б) содержит сведения не соответствующие действительности в) нет верного ответа г) верны все перечисленные утверждения
31	Неэтичная реклама: а) реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества б) порочит объекты искусства в) все вышеперечисленное г) нет отдельного определения в законе
32	Скрытая реклама: а) не осознается потребителем как реклама б) нарушает общепринятые нормы гуманности и морали в) нет верного ответа г) верны все перечисленные утверждения
33	Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде: а) контррекламы и штрафа б) частичного или полного приостановления рекламы нарушителя в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
34	В соответствии с законодательством РФ, ненадлежащая реклама или отказ от контррекламы влекут: а) административную ответственность б) уголовную ответственность в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
35	Законом РФ «О рекламе» контроль за соблюдением законодательства о рекламе

	возложен: а) на Федеральную антимонопольную службу б) на Роспотребнадзор в) на комитет по защите прав потребителей при администрации города (области) г) на Роскомнадзор
36	Саморегулирование в рекламной отрасли предполагает: а) выработку правил и добровольное следование им участников рекламного бизнеса б) отсутствие законодательного регулирования в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
38	Рекламодателями выступают: а) только крупные предприятия б) средний и малый бизнес в) государственные и муниципальные учреждения г) все вышеперечисленное
39	К основным функциям рекламопроизводителя можно отнести: а) создание рекламной продукции и ее размещение б) проведение исследований рынка и сотрудничество с типографиями, студиями и т.д. в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
40	Рекламопроизводителями называют: а) рекламные агентства полного цикла б) творческие мастерские в) медиабаинговые и медиаселленговые агентства г) все вышеперечисленное
41	К основным функциям рекламодателя можно отнести: а) административную и финансовую б) планирование и координацию работы в) все вышеперечисленное г) нет верного ответа
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.О.19 Основы теории коммуникации (1 семестр)	
1	Закончите фразу. Деловое общение – это общение, преследующее Ответ: предметные и/или информационные цели.
2	Как известно, существуют различные гипотезы происхождения языка как одной из систем передачи информации: звуко-символическая гипотеза, звукоподражательная гипотеза, трудовая гипотеза, междометная гипотеза, гипотеза общественного договора, гипотеза естественного происхождения языка и др. Укажите самую сильную и самую слабую, с вашей точки зрения, гипотезы. Ответ: гипотеза естественного происхождения языка (сильная) / гипотеза общественного договора (слабая).
Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа (5 семестр)	
3	Британская газета «Гардиан» в 2000-ых годах при создании больших видеоматериалов стала привлекать съемочную группу из трех человек: корреспондента, телевизионного оператора и продюсера. Необходимость расширения штата редакции возникла в связи с необходимостью выкладывать на сайт издания видеокomentarии экспертов, видеосюжеты с места событий или важнейших мероприятий, видеоколонки ведущих колумнистов издания и еще много другой оперативно визуализированной информации. Как называется такой процесс

	формирования новых организационных форм СМИ, ставших результатом слияния нескольких различных по типу и направленности (печатное СМИ + интернет-издание)? Ответ: конвергенция.
4	За неисполнение или ненадлежащее исполнение работником возложенных на него трудовых обязанностей, согласно Трудовому Кодексу РФ, могут применяться следующие дисциплинарные взыскания (впишите недостающее) 1) замечание; 2) ? 3) увольнение по соответствующим основаниям. Ответ: выговор.
5	Дополните список основных (первичных) функций менеджмента: а) планирование б) организация в) мотивация г)? Ответ: контроль.
Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью (7 семестр)	
6	Какие СМИ не имеют права на аккредитацию? Ответ напишите строчными буквами, в одно слово, в именительном падеже, множественном числе. Ответ: нелегальные.
7	В каком году был принят Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (Кодекс РАСО)? Ответ запишите цифрой. Ответ: 2001.
8	Как называется теория или концепция, с помощью которой в сознание даже высокоморального общества можно насадить любую идею? Ответ напишите словосочетанием, в именительном падеже, заключив название в кавычки. Ответ: «Окно Овертона».
9	К какому виду коммуникации в организации относятся слухи? Ответ напишите строчными буквами, в одно слово, в дательном падеже, без предлога. Ответ: неформальной.
Б1.О.22 Медиаэкономика (5 семестр)	
10	Как называется совершённый обмен (одно слово)? Ответ: Транзакция.
11	Как называется «человеческий» рынок ресурсов (три слова)? Ответ: Рынок рабочей силы.
12	Какой стиль руководства считается неприемлемым (одно слово)? Ответ: Нейтральный/попустительский.
13	Как называется основная форма некоммерческих организаций для создания и функционирования СМИ (аббревиатура)? Ответ: АНО.
14	Как называется ситуация на рынке (в том числе медиа), к достижению которой стремится любое крупное предприятие (одно слово)? Ответ: Монополия.
15	Какие два документа (один – прогноз, второй – результат) являются основополагающими в финансовой политике предприятия (перечислите названия документов через запятую). Ответ: Бюджет, баланс.

Б1. О.13 Основы журналистики (1 семестр)	
16	Выделяется несколько групп предпосылок формирования журналистики: экономические, политические, технические, культурные предпосылки. Какие из них сыграли главную роль для появления журналистики в России? Ответьте одним словом. Ответ: Политические.
17	Телевидение становится полноценным средством массовой информации в **-е годы 20 века. На какую цифру нужно заменить звёздочки в этой фразе? Ответ: 50.
18	Назовите понятие (два слова), которое является центральной категорией в теории журналистики? Ответ: Массовая информация.
Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях (6 семестр)	
19	Закончите фразу. Показ несовершеннолетних в опасных ситуациях является.... Ответ: ненадлежащей рекламой.
20	Закончите фразу. Обязательность указывать все существенные условия договора, в случае указаний одного из условий договора является безусловным для... Ответ: финансовой рекламы.
21	Закончите фразу. Пометка о необходимости консультаций у специалиста при рекламе лекарств должна быть не менее Ответ: 3-х секунд эфирного времени, либо 7 процентов площади рекламы.
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.19 Основы теории коммуникации (1 семестр)	
1	Прочитайте отрывок из книги российского журналиста О.Орестова «Другая жизнь и берег дальний» об особенностях коммуникативного поведения англичан: Входишь в гостиную, полную людей. Подходишь к хозяйке, встречающей гостей, представляешься. - О, как приятно встретить русского! Как вам нравится Англия? Понимаешь, что ей совершенно безразлично, нравится тебе Англия или нет, и отвечаешь невнятно: - О, да, конечно... - Как замечательно! Бетси, милая, - обращается она к проходящей мимо знакомой, и – познакомься, это мистер Борестон, он русский и ему очень нравится Англия. Хозяйка ускользает, и ты остаешься перед Бетси, держа в руке стакан с виски. - О, мистер Коррестор, как вам нравится английский климат? Замечаешь, что ее глаза шныряют по залу в надежде найти кого-либо, кому можно передать эстафету «любезностей», и отвечаешь назло: - Чудесный климат! - О, впервые это слышу, у вас развито чувство юмора. Джонни, дарлинг, познакомься, это мистер Полистон, как ни странно, он доволен нашим ужасным климатом... Джонни, выпивший уже три-четыре стаканчика, с трудом различает твое лицо. Он, конечно, не уловил, кто ты и откуда. - Я не раз ...э...э...э... бывал у вас, во Франции. - Простите, но я русский. - О, русский... Э...э...э.... Как вам нравится Англия? Круг завершился, ты снова на исходной точке. С хозяйкой ты увидишься теперь только у выхода, когда она скажет: – Я так рада, что мы познакомились! Было так интересно поговорить о России! Надеюсь, что мы встретимся еще не раз... Каждый раз после таких вечеров я не знал, смеяться или плакать. Сколько поколений передавали друг другу эти заученные фразы, характеризующие хороший тон в обществе, это умение говорить, говоря ни о чем, как о чем-то. Казалось бы, тебя не обидели, тебе не сказали ничего плохого, более того, тебя

	приобщили к респектабельному обществу. А уходишь все же с чувством пустоты, будто разговаривал с восковыми фигурами из музея мадам Тюссо». Вопрос: какая особенность коммуникативного поведения англичан отражена в данном отрывке? Ответ: приоритетность светского общения.
Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью (7 семестр)	
2	Приведите собственные примеры намеренного продвижения необходимых концепций по методу «Окна Овертона». Как можно противостоять технологии «Окно Овертона»? Ответ: Примеры продвижения: эвтаназия, неправильное питание (фаст-фуд), курение, нетрадиционные сексуальные отношения. Противостояние: собственное мнение и твёрдая позиция; культура, нравы, обычаи и устои предков помогают обрести свою индивидуальность.
3	Перечислите не менее трех видов мероприятий для СМИ и укажите, в каких ситуациях они организуются. Ответ: 1. Пресс-конференция (встреча журналистов с представителями организаций с целью предоставить СМИ фактографическую, проблемную и комментирующую информацию из «первых уст»). 2. Брифинг (короткая встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой сообщается новость, излагается позиция по определенному вопросу). 3. Пресс-тур (экскурсия, организованная для журналистов с целью привлечения внимания к региону, проекту, предприятию). 4. Пресс-ланч (личная встреча руководства организации с журналистами (в ресторане, кафе или бизнес-центре), которая позволяет инициировать серию публикаций в СМИ). 5. Презентация (официальное представление нового предприятия, фирмы, объединения, проекта, товара кругу приглашенных лиц). 6. Выставка (показ достижений) 7. Конференция (совещание представителей организаций, ученых, специалистов разных сфер деятельности по заранее определенной тематике). 8. Круглый стол (презентация исследования, инициирование обсуждения значимой для организации проблемы).
Б1.О.22 Медиаэкономика (5 семестр)	
4	Определите приблизительную сумму (в формате «не более...») необходимого первоначального капитала для реализации медийного стартапа, если общие затраты на 12 месяцев – 5 миллионов рублей, а время достижения точки безубыточности – 10 месяцев. Ответ: Не более 5 миллионов рублей.
5	Вы создаете небольшой медийный стартап. Определитесь, какую структуру медиапредприятия вы будете применять: пирамидальную или плоскостную (плоскую)? Почему? Ответ: Плоскостную (плоскую), она более эффективна для небольшого предприятия на рынке массмедиа.
Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях (6 семестр)	
6	Индивидуальный предприниматель, являясь рекламодателем, подписал договор на распространение рекламы в СМИ. Однако прописал в договоре с контрагентом, что ответственности за возможные нарушения законодательства о рекламе не несёт. Может ли он быть привлечен к ответственности, в случае нарушения законодательства? Ответ: Да, может быть привлечён в соответствии с требованиями ст. 38 ФЗ «О рекламе». В указанной подписанной части договор считается ничтожным.

7	Фармацевтическая компания (1) разместила на своём сайте рекламу, выполненную в виде сравнения двух конкретных конкурирующих на рынке моделей одного и того же товара. При этом указав, что товар конкурента (2) хуже аналогичного товара представленной компании (1). Может ли быть привлечена компания (1) за нарушение законодательства о рекламе? Ответ: Нет, в указанном случае компания (1) должна быть привлечена к ответственности по ст.14 ФЗ «О защите конкуренции».
8	Может ли быть СМИ признано нарушителем законодательства о рекламе в качестве рекламодателя в случае, если рекламировались услуги иной компании? Ответ: Да, и в качестве рекламодателя, и в качестве рекламопроизводителя, и в качестве рекламораспространителя этой рекламы, в случае, если реальный, фактический рекламодатель не имеет официального договора со СМИ, не подписывал акт приём-передачи работ и заявил об этом.
9	Крупная строительная компания, являясь рекламодателем, нарушило законодательство о рекламе. В обязанности заместителя директора по маркетингу входит подготовка рекламы к размещению. При привлечении компании, генеральный директор написал заявление о привлечении заместителя директора, ответственного за подготовку рекламы, а не компании, правомерны ли требования генерального директора? Ответ: Нет, КоАП РФ не предусмотрено переложение ответственности на физическое лицо, если оно действовало от имени юридического.
10	ООО на рассмотрении дела о нарушении ФЗ «О рекламе» заявило, что раз оно не оплачивало, размещённую им рекламу с нарушениями законодательства, то она является всего лишь информацией. Прав ли директор ООО? Ответ: Нет, ООО может быть привлечено на основании положений ст. 38 ФЗ «О рекламе».

Общепрофессиональная компетенция ОПК-6

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Период окончания формирования компетенции: 1 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.16 Компьютерные технологии (1 семестр)

Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации (1 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)

Б1.О.16 Компьютерные технологии (1 семестр)

1	1.Какой комбинацией можно отменить действие в большинстве программ? а) Ctrl+A б)Ctrl+S в)Ctrl+C г)Ctrl+Z
2	2.Какой комбинацией можно переключаться между открытыми окнами? а)Ctrl+колесо мыши б)Ctrl+Tab в)Alt+Tab г)Win+P
3	Если в поисковике написать фразу в кавычках, что будет в результате? а) самые новые страницы, где могут быть слова из фразы б) поисковик переведет написанную фразу в) список страниц, на которых есть точно соответствующая фраза

	г)поисковик назовет точного автора фразы
4	Как соотносятся друг с другом понятия Интернет и Веб? а) они никак не связаны б) это синонимы в) Интернет – это часть веба г) Веб – это часть интернета
5	Что такое HDD? а) оперативная память б) видео высокого разрешения в) жесткий диск г) способ подключения монитора
6	Главное устройство в компьютере, осуществляющее арифметические и логические операции а) DVI б) SSD в) USB г) CPU
7	Как называется программа, управляющая подключаемым устройством? а) кодек б) драйвер в) трей г) инсталлятор
8	Для чего предназначена оперативная память? а) содержит информацию о запущенных программах б) хранит историю посещения папок и сайтов в) запоминает все данные, находящиеся на компьютере г) для ускорения обработки информации
9	Чем отличается http от https? а) https лишает возможности взломать б)https шифрует пакеты данных в)https передает пакеты с большей скоростью г)https сохраняет историю просмотренных страниц
10	Что описывает такой параметр как разрешение монитора? а)плотность пикселей б)максимальный размер пикселя в)глубину пикселей г)доступ монитора к видеокарте
11	Для чего браузеру нужны куки? а) для смены темы в браузере б) для идентификации пользователя в) для увеличения скорости интернета г) для приватности
12	Какой принцип лежал изначально в основе работы алгоритма PageRank поисковика Google 1998 г.? а) минимализм в оформлении и отсутствие баннеров б) поиск по каталогу сайтов, составленному Google в) подсчет ссылок на ресурсы г) подсчет слов на странице
Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации (1 семестр)	
13	Верстка – это а) выбор текстовых и иллюстрационных материалов б) билдредактирование публикаций. в) фальцовка и обрезка тиража

	г) технический процесс монтажа печатной формы
14	Перечислите основные виды радиовещания а) эфирное, спутниковое, кабельное, интернет-вещание б) эфирное и кабельное в) эфирное, кабельное и спутниковое г) спутниковое, кабельное и интернет-вещание
15	Что такое радиодом? а) комплекс студий, аппаратных, а также вспомогательных помещений, находящихся в одном или нескольких расположенных рядом зданиях б) основное рабочее помещение журналиста в) комплекс вещательных устройств, предназначенных для приема вещательной программы г) радиовещательная студия
16	Что такое диапазон? а) преобразователь колебаний звукового сигнала в колебания электрического тока б) эфирное пространство, частота, в пределах которого имеет право существовать радиостанция в) совокупность каналов, линий связи и других технических средств, предназначенных для обслуживания звуковым вещанием населения г) эхо, обусловленное одновременным приходом в заданную точку отраженных и рассеянных звуковых волн
17	Что такое интернет-радио? а) технология беспроводной передачи информации посредством электромагнитных волн радиодиапазона. б) программное обеспечение, поддерживающее возможность воспроизведения потокового сигнала из сети в) это технология передачи массовой информации посредством глобальной сети Интернет в любую точку мира или посредством локальной вычислительной сети на любой компьютер, подключённый к этой сети. г) студийный комплекс, позволяющий осуществлять вещание
18	Назовите основные отличия цифрового телевидения от аналогового а) экономия радиочастного спектра, повышенное качество телевизионного изображения, принимается внутри помещений без потери качества б) многоканальность и качество изображения в) возможность онлайн- трансляции и вещания в интернете г) интерактивность и многоканальность
19	Назовите стандарт цифрового телевидения, который используется в России а) SECAM б) ATSC в) ISDB г) DVB
20	Укажите сервис веб-аналитики, который помогает редакции проанализировать поведение пользователей. а) Google Docs б) Яндекс.Метрика в) Livejournal г) Canva
21	Что такое «лендинг»? а) программа для создания лонгридов б) сайт, с помощью которого собирают трафик в) сайт госструктур г) одностраничный сайт (при необходимости лендинг можно посадить на страницу основного сайта)

22	Кегль – это а) спортивный снаряд б) размер шрифта по высоте, измеряемый в пунктах в) тип шрифта г) соотношение высоты и ширины буквы, выраженное в относительных единицах
23	Что такое гарнитура? а) шрифт определенного размера б) шрифт определенного размера и начертания в) совокупность всех шрифтов одного шрифтового рисунка г) шрифт определенного начертания.
24	Какие шрифты называются контрастными? а) шрифты с цветными буквами б) шрифты с засечками в) шрифты с значительно различающимися по высоте строчными и прописными буквами г) шрифты с заметно различными по толщине основными и соединительными штрихами
25	Процесс композиционного размещения соотносящихся друг с другом текстовых и иллюстративных блоков по полю формата называется: а) набором б) макетированием в) версткой г) печатью
26	Ракурс на телевидении: а) это определенный порядок расположения снимаемых объектов в пространстве кадра по отношению друг к другу и по отношению к границам этого пространства б) угол съемки, съемка объекта с различных точек для всестороннего показа действия, события, явления или героя фильма в) это телевизионный прием монтажа г) это масштаб изображения
27	Как называется расположение страницы в структуре сайта по отношению к главной странице? а) уровень вложенности страницы б) частотность запроса в) кликабельность сайта г) перелинковка
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.О.16 Компьютерные технологии (1 семестр)	
1	Единицей административной автономии в Интернете принято считать _____. Ответ: домен.
2	В поисковике нужно поставить знак _____ перед словом, чтобы исключить страницы с ним из результатов поиска Ответ: минус.
3	По сравнению с жесткими дисками _____ накопители обладают большей скоростью чтения/записи Ответ: твердотельные.
4	Чаще всего субпиксели в мониторах делают трех цветов: _____, зеленый и синий Ответ: красный.
5	В середине XX века появилось устройство, которое называли _____. Вскоре они вытеснили неэффективные вакуумные трубки и привели к значительному уменьшению размеров компьютера.

	Ответ: транзистор.
6	В системе "клиент-сервер", по которой работает веб, _____ выполняет роль клиента. Ответ: браузер.
7	В модели RGB _____ цвет получается при максимальной яркости красного, зеленого и синего. Ответ: белый.
8	Сайт – это совокупность _____ страниц, размещенных на сервере по определенному адресу Ответ: гипертекстовых.
9	Для экспорта векторной графики в растровую лучше всего сохранить его в формате _____. Ответ: PNG.
10	Компьютер, выполняющий общие задачи сети, предоставляющий услуги клиентам (пользователям), называется _____. Ответ: сервер.
11	При сдаче файлов в типографию файл должен быть переведен в цветовую модель _____. Ответ: CMYK.
12	В понятие Веб _____ обычно включают сервисы, где пользователи сами создают контент и делятся им друг с другом Ответ: 2.0
Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации (1 семестр)	
13	Технический процесс монтажа печатной формы – это ... Ответ: вёрстка газеты
14	Устройство, преобразующее звуковой сигнал в электрический для его последующей обработки и передачи на другие устройства (усиления, записи, воспроизведения) называется... Ответ: микрофон
15	Прием на телевидении, при котором эксперт или очевидец находятся в кадре, называется... Ответ: синхрон
16	Информация, которая предназначена для массовой аудитории, размещенная на сайте издания называется... Ответ: контент
17	Особый вид медиатекста, который обладает специфическими формальными и содержательными характеристиками, которые позволяют выделить его в определенный новый тип онлайн-произведения – это... Ответ: лонгрид
18	Изображение, дополняющее текст или поясняющее его – это... Ответ: иллюстрация
19	Сотрудник, отвечающий за подбор иллюстративного материала в газете, его соответствие содержанию публикаций и качество исполнения – это... Ответ: бильдредактор
20	Нижняя часть полосы, где на всю ее ширину размещается газетный материал, – это... Ответ: подвал
21	Возможность обратной связи с аудиторией называется... Ответ: интерактивность
22	Прием в телевизионном репортаже, при котором журналист находится в кадре и сообщает информацию по теме сюжета – это.. Ответ: стенд-ап
23	Расстановка кадров в определенном порядке – это...

	Ответ: монтаж
24	Масштаб изображения, содержащегося в кадре, который выражает степень крупности изображаемой фигуры или предмета – это... Ответ: план
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.15 Техника и технология средств массовой коммуникации (1 семестр)	
1	В городе прошел масштабный митинг в поддержку спецоперации. Пресс-служба городской администрации опубликовала об этом текст в жанре отчета, в котором содержится большой объем цифр: количество участников митинга, количество публичных персон города, которые поддерживают спецоперацию, количество средств, выделенных на проведение митинга и т.п. Одно из городских изданий хочет опубликовать визуальный материал по этой теме. Что может сделать СМИ? Ответ: сотрудники издания могут выбрать релевантные цифры из отчета и оформить их как инфографику.
2	На планерке главный редактор объявил, что в последние месяцы пользователи стали реже заходить на сайт, что может негативно сказаться на бюджете организации из-за оттока рекламодателей. Он предлагает использовать дополнительные возможности. Например, часть аудитории можно привлечь через «Телеграм». Что именно хочет создать редактор в этом мессенджере? Ответ: он предлагает создать телеграм-канал, так как это один из инструментов, позволяющих доносить информацию до аудитории, в т.ч. и рекламного характера.
3	Редакция освещает деятельность гордумы по госконтракту. Пресс-секретарь гордумы хочет, чтобы издание подготовило текст о том, как депутаты помогают собирать детей из малоимущих семей в школу. В материале по контракту должно быть не менее 5 фотографий, 1 инфографика, текст объемом 6-8 тыс. знаков с пробелами. В какой самой популярной программе можно сверстать подобный материал, чтобы «повесить» лендинг на сайт СМИ? Ответ: его можно сверстать в «Тильде», так это один из самых часто используемых сервисов для создания лендингов.

Общепрофессиональная компетенция ОПК-7

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)

Б1.О.31 Медиапланирование (3 семестр)

Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью (7 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)

Б1.О.31 Медиапланирование (3 семестр)

1	В основные этапы медиапланирования не входит: а) анализ рекламно-маркетинговой ситуации; б) принятие решения об охвате аудитории и частоте контактов; в) сравнительный анализ и выбор носителей рекламных обращений; г) определение рекламного бюджета.
2	К основным показателям, используемым в медиапланировании, не относится: а) размер аудитории конкретного медианосителя в определенный промежуток времени; б) размер территории, на которой размещается целевая группа воздействия (ЦГВ);

	в) показатель отношения численности аудитории медианосителя к численности населения в целом; г) показатель отношения численности целевой аудитории медианосителя к численности целевой группы.
3	Gross Rating Point (GRP – совокупный рейтинг) измеряется в: а) процентах; б) единицах; в) количестве клиентов; г) количестве медианосителей.
4	К способам обеспечения репрезентативности не относится: а) метод квотной выборки; б) метод параллельной выборки; в) метод разовой выборки; г) метод панельной выборки
5	Наибольший объем выборки, необходимый при разработке диагностической методики: а) от 200 до 1000-2500 человек; б) от 1000 до 3000 человек; в) от 2000 до 4000 человек; г) от 3000 до 5000 человек.
6	К методам качественных исследований не относится: а) индивидуальные глубинные интервью; б) групповые дискуссии (фокус-группа); в) экспертные оценки (метод «Дельфи» и др.); г) перекрёстный опрос.
7	К главным критериям маркетинговых исследований не относится: а) представительность выборки; б) надежность выборки; в) релевантность выборки; г) точность выборки.
8	Демографические характеристики не включают: а) возраст; б) пол; в) уровень доходов; г) партийную принадлежность.
9	К факторам, которые влияют на покупательское поведение граждан, не относится: а) ориентация на цену (дорого/дешево); б) ориентация на предпочтения малой социальной группы; в) ориентация на качество (купить меньше, но лучшего качества, или купить про запас, побольше); г) ориентация на бренд (покупка товара как категории или выбор конкретной марки).
Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью (7 семестр)	
10	Что не входит в ожидаемые результаты проекта? а) документы б) существенные изменения в) краткосрочные изменения г) срочные изменения
11	Цель консультирования – это а) оценка коммуникационных и репутационных рисков, их минимизация и нейтрализация б) устранение кризисных ситуаций в) совершенствование имиджа руководителя компании

	г) налаживание отношений внутри коллектива
12	Какое утверждение является верным из нижеперечисленного? а) консалтинговый проект – партнерская деятельность консалтингового агентства (консультанта) и клиента б) консалтинговый проект – деятельность клиента с долей участия консалтингового агентства в) консалтинговый проект – это деятельность консалтингового агентства без участия клиента г) все утверждения неверные
13	Что составляет примерно 30% общей трудоемкости проекта? а) разработка рекомендаций б) аналитический отчет в) диагностика г) реализация проекта
14	Какого этапа политического консалтинга не существует? а) организационного б) аналитического в) сопровождающего г) стабилизационного
15	Какой вид консалтинга выделяют с учетом характеристики социально-политической ситуации? а) аналитический б) сопровождающий в) докризисный г) предвыборный
16	Какое из определений верное? а) политическое консультирование – это деятельность, связанная с предоставлением клиенту советов, призванных обеспечить достижение им политических целей б) политическое консультирование – это деятельность, связанная с предоставлением клиенту советов, призванных обеспечить достижение им предвыборных целей в) политическое консультирование – это деятельность, связанная с предоставлением клиенту советов, призванных обеспечить достижение им политических целей в периоды перед и после выборов. г) все определения неверны.
Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)	
17	Идеологическая функция журналистики по Е.П. Прохорову предполагает воздействие СМИ на массовое сознание. На какой из его компонентов в первую очередь воздействует журналистика? а) на мировоззрение б) на мирозерцание в) на историческое сознание г) на общественное мнение
18	К какой из перечисленных ниже функций журналистики по С.Г. Корконосенко имеют отношение следующие понятия: гедонизм, эскапизм? а) к функции самопознания общества б) к функции пропаганды в) к функции эмоциональной разрядки г) к творческой функции
19	Одна из социально-психологических функций журналистики по Н.Н. Богомоловой – функция социальной ориентации индивида – предполагает следующее... а) СМИ помогают людям разобраться в актуальном состоянии социальной

	действительности б) СМИ помогают людям определить своё место в обществе, присоединяясь к одним социальным группам и отделяя себя от других групп. в) СМИ способствуют межличностной коммуникации, создавая поводы и представляя людям материал для обмена информацией. г) СМИ помогают людям понять свои возможности и реализовать себя в обществе
20	Сущность одной из концепций свободы журналистики с политико-правовой точки зрения можно сформулировать так: свободой журналистской деятельности могут в равной степени пользоваться все существующие в обществе социальные силы. Какая это концепция? а) авторитарная концепция б) концепция свободы журналистики в) концепция социальной ответственности журналистики г) концепция журналистики как «четвёртой власти»
21	Что из перечисленного ниже НЕ относится к социальным типам СМИ? а) государственные СМИ б) частные СМИ в) общественные СМИ г) сетевые СМИ
22	Журналисты должны способствовать общественному согласию – преодолению противоречий между различными социальными силами, выработке взаимно приемлемых решений по значимым социальным вопросам. Каким термином обозначается это явление? а) плюрализм б) толерантность в) консенсус г) духовные скрепы
23	Какое из приведённых ниже высказываний о специфике СМИ разных видов НЕверно? а) аудитория тратит больше времени и усилий при восприятии публикаций в прессе, чем в других СМИ б) на радио активно используется диалог для смены голосов в эфире, что помогает удерживать внимание слушателя в) сложная аналитическая информация наиболее успешно усваивается аудиторией, если она получает её по телевидению г) в интернет-СМИ материалы публикуются не периодически, а по факту их создания.
24	К какому из видов цензуры в широком её понимании относится неофициальное давление на журналиста, готовящего материал к публикации? а) предварительная цензура б) последующая цензура в) косвенная цензура г) самоцензура
25	Как нужно понимать смысл выражения «Журналистика – это четвёртая власть»? а) в демократическом государстве изначально было три ветви государственной власти: законодательная, исполнительная, судебная. Позже к ним добавилась четвёртая – журналистика б) журналистика не является ветвью государственной власти непосредственно, но государство использует СМИ как одно из средств осуществления власти в) журналистика не является ветвью государственной власти, но СМИ

	контролируют от имени общества деятельность трёх её ветвей г) это относится к государственным СМИ, так как их учредителями являются органы государственной власти
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.О.31 Медиапланирование (3 семестр)	
1	Количество людей, составляющих целевую аудиторию медианосителя, смотрящих данный носитель в данное время, отнесенное к общей численности людей, имеющих техническую возможность смотреть телевизор, т. е. потенциальных телезрителей, это... Ответ: рейтинг.
2	Особенности аудитории, включающие жизненный уклад, черты характера, жизненную позицию, мотивы поведения и представления о самих себе, привычки и увлечения, склонности и т.д., это... Ответ: психографические особенности.
3	Вычленение отдельных сторон, свойств, черт, признаков исследуемого явления с целью их углубленного изучения «по отдельности» и установления их отношения к сущности предмета – это... Ответ: анализ.
4	Процесс выбора средства, места, времени, размера и частоты размещения рекламы – это... Ответ: медиапланирование.
5	Исследование, направленное на выявление каких-то новых, неизвестных ранее качеств предмета, которые расширяют наше знание об их прежних свойствах, – это... Ответ: поисковое исследование.
6	Медианоситель, главным достоинством которого является «фоновое прослушивание», увеличивающее возможность их рекламного достижения, это... Ответ: радио.
Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью (7 семестр)	
7	Назовите две премии в области связей с общественностью. Ответ. Варианты: • Хрустальный апельсин • Серебряный лучник • PRоба • RuPoR
Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)	
8	<...> – это состояние сознания аудитории, при котором она обладает необходимой и достаточной информацией для ориентации в социальной действительности и использования в собственной жизнедеятельности. Назовите понятие, определение которого дано выше (одно слово). Ответ: Информированность.
3	Каким термином обозначают сближение и взаимопроникновение СМИ разных видов, которое стало возможным в процессе развития современной журналистики в интернете (одно слово)? Ответ: Конвергенция.
4	<...> аспект партийности журналистики – это собственно взаимодействие СМИ и журналистов с партиями. Какое слово здесь пропущено? Ответ: Организационный.
5	В правовом смысле (в том числе по закону РФ «О средствах массовой информации») под цензурой понимают требование к СМИ согласовывать информационные материалы перед публикацией с государственными органами, негосударственными организациями, должностными и другими лицами. Какая это цензура (одно слово)?

	Ответ: Предварительная.								
6	Каким термином обозначается терпимость к носителям других социальных позиций, которую журналисту следует проявлять самому и стараться сформировать у аудитории? Ответ: Толерантность.								
7	<...> СМИ – это социальный тип СМИ, к которому относятся те из них (обычно телевидение и радио), которые финансируются государством за счёт введения специального налога на их содержание. Какое слово здесь пропущено? Ответ: Общественные.								
8	<...> – объединение СМИ в холдинги и раздел медиарынка между несколькими крупными холдингами. Каким термином обозначается это явление (одно слово)? Ответ: Монополизация.								
9	Существует несколько концепций свободы журналистики с политико-правовой точки зрения: концепция социальной ответственности журналистики, авторитарная концепция и концепция свободы журналистики. Расположите эти концепции в том порядке, в котором они сложились исторически, таким образом: <концепция> – <концепция> – <концепция>. Ответ: Авторитарная концепция – концепция свободы журналистики – концепция социальной ответственности журналистики.								
10	Контрагентами журналистики, с которыми она осуществляет обмен информацией, по Е.П. Прохорову являются массовая аудитория и... Ответ: Социальные институты.								
11	Как называется такое информирование аудитории, при котором у неё формируется искажённое представление о действительности (одно слово)? Ответ: Дезинформация.								
12	С.Г. Корконосенко называет свой подход к классификации функций журналистики субъектным. Он выделяет четыре социальных субъекта, для каждого из которых журналистика выполняет особый набор функций: общество в целом, социальные институты и группы, <...>, профессиональное сообщество журналистов. Назовите пропущенный субъект? Ответ: Личность.								
13	Н.Н. Богомолова выделяет социально-психологические функции журналистики, каждая из которых реализуется на одном из четырёх уровней взаимодействия индивида с обществом. Установите соответствие функций и уровней, представленных в таблице ниже. Ответить нужно в таком формате: 1<буква>, 2<буква>, 3<буква>, 4<буква>. <table border="1"> <tr> <td>1. Индивид – общество в целом</td><td>А. Функция социальной идентификации (аффилиации)</td></tr> <tr> <td>2. Индивид – социальные группы</td><td>Б. Функция межличностного контакта</td></tr> <tr> <td>3. Индивид – другие индивиды</td><td>В. Функция самоутверждения</td></tr> <tr> <td>4. Индивид – он сам</td><td>Г. Функция социальной ориентации и участия в формировании общественного мнения</td></tr> </table> Ответ: 1Г, 2А, 3Б, 4В.	1. Индивид – общество в целом	А. Функция социальной идентификации (аффилиации)	2. Индивид – социальные группы	Б. Функция межличностного контакта	3. Индивид – другие индивиды	В. Функция самоутверждения	4. Индивид – он сам	Г. Функция социальной ориентации и участия в формировании общественного мнения
1. Индивид – общество в целом	А. Функция социальной идентификации (аффилиации)								
2. Индивид – социальные группы	Б. Функция межличностного контакта								
3. Индивид – другие индивиды	В. Функция самоутверждения								
4. Индивид – он сам	Г. Функция социальной ориентации и участия в формировании общественного мнения								
14	В таблице ниже представлены виды традиционных СМИ и характерные для разных								

видов СМИ особенности восприятия информации. Установите соответствие между ними. Ответить нужно в таком формате: 1<буква>, 2<буква>, 3<буква>.	
1. Пресса	А. Возможность фонового восприятия информации.
2. Радиовещание	Б. Наибольший потенциал эмоционального воздействия на аудиторию.
3. Телевидение	В. Возможность неоднократного восприятия одной публикации.
Ответ: 1В, 2А, 3Б.	

Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)

Б1.О.13 Основы журналистики (1 семестр)

1	Прочтите заголовочный комплекс и общую информацию о содержании журналистского текста. Определите, какая функция журналистики является основной в этой публикации. Заголовок: Воронежцы могут помочь пациентам, которые страдают от смертельных болезней Подзаголовок: Для этого достаточно сдать одну пробирку крови из вены Лид: Медуниверситет имени Пирогова (РНИМУ) и лаборатория «Ситилаб» запустили проект по развитию Федерального регистра доноров костного мозга. Основной текст: Воронежцев призывают вступить в регистр потенциальных доноров костного мозга. В концовке публикации даются номера телефонов, по которым можно записаться на проведение необходимого для этого исследования. Ответ: Непосредственно-организаторская/организаторская функция или функция организации (все приведённые варианты ответа верны).
2	Прочтите первый абзац журналистского текста и определите, какая функция журналистики является основной в этой публикации: «Далекие близкие» – полнометражный дебют Ивана Соснина, известного своими добродушными короткометражными работами о жителях бескрайней России. В этом фильме зрителей ждет одна из последних больших ролей ушедшего этой весной Евгения Сытого, полтора часа путешествий по Ленинградской области, которая здесь умудрилась сыграть всю Россию, и неглупая история, после которой захочется позвонить близким». Ответ: Культуроформирующая/культурно-просветительская функция (оба варианта ответа верны).
3	Прочтите заголовочный комплекс и общую информацию о содержании журналистского текста. Определите, какая функция журналистики является основной в этой публикации. Заголовок: За социальные сети в ответе Подзаголовок: Что теперь можно публиковать, а что нет Лид: В России заработало «антифейковое» законодательство. В каких случаях, делая публикацию или перепост, пользователь рискует быть привлечённым к ответственности – разбирался «Лайф». Основной текст: Дается информация о пакете поправок в административное и уголовное законодательство РФ, предусматривающем ответственность за публикации в Интернете. Описываются новые правовые нормы, которые могут коснуться всех авторов постов и комментариев в соцсетях. Ответ: Рекламно-справочная/утилитарная функция (оба варианта ответа верны).

Профессиональная компетенция ПК-1

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.11 Наружная реклама (3 семестр);

Б1.В.12 Специальное событие (3 семестр)

Б1.В.07 Реклама в интернете (4 семестр);

Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью (4 семестр);

Б1.В.23 Организация работы отдела рекламы (5 семестр)

Б1.В.21 Организация работы отдела связей с общественностью (5 семестр);

Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете (5 семестр);

Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)

Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании (6-7 семестры)

Б1.В.15 Технология производства в рекламе и связях с общественностью (7 семестр);

Б1.В.17 Создание рекламного ролика (7 семестр);

Б1.В.16 Реклама в сфере применения (7 семестр)

Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения (8 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Практики (блок 2):

Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая) (4,5 семестр);

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектная) (6,7 семестр)

Б2.О.01(Пд) Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)	
1	Свойства проектной деятельности (2 ответа): а) продолжительная и повторяющаяся б) уникальная в) временная г) монотонная, однотипная
2	В плане-графике рекламной кампании указываются: а) конкретные виды рекламных мероприятий, сроки их проведения, их ориентировочная стоимость и результаты их выполнения; б) формы используемой рекламы, тип рекламной кампании, общие затраты на ее проведение, а также показатели ожидаемого эффекта; в) перечень рекламных мероприятий, оценки возможных ассигнований на те или иные виды рекламы, конкретные исполнители, вопросы организации текущего контроля исполнения.
3	В структуру ситуационного анализа НЕ входят следующие данные: а) информация о целевом рынке, о его текущих и ожидаемых изменениях; б) информация об объемах продаж, ценах, прибыльности и рыночной доле каждого вида товара, рекламировать который предстоит; в) информация об основных действующих и потенциальных конкурентах; г) информация о структуре подразделения маркетинга
4	Выделите ключевое правило проведения «мозгового штурма»:

	а) мероприятие должно проводиться в официальной деловой обстановке; б) все имеют право активно критиковать идеи других; в) чем меньше поступает предложений, тем лучше; г) все участники обладают равным статусом.
Б1.О.34 Управление медиапроектами (6 семестр)	
5	План управления коммуникациями в проекте может корректироваться в случае: а) увеличения длительности проекта б) изменения бюджета проекта в) замены материалов, используемых в проекте г) изменения состава заинтересованных сторон проекта
6	Форма представления информации расписания проекта, где операции указаны по вертикальной оси, даты приведены по горизонтальной оси, а длительности операций показаны в виде горизонтальных полос, расположенных в соответствии с датами старта и финиша, называется: а) диаграмма Ганта б) диаграмма контрольных событий в) диаграмма «старт-финиш» г) диаграмма «операции в узлах»
7	В предпроектный анализ входит: а) характеристика целевых групп проекта б) формулировка проблемы в) временные рамки проекта г) целевые показатели и критерии успеха проекта
Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании (6 семестр)	
8	Дискретность как одну из ключевых характеристик СО-кампании следует понимать как: а) технологичность; б) наличие обратной связи с целевой аудиторией; в) прерывистость; г) системность.
9	Коммуникационная кампания, включающая в свои задачи создание новых или изменение уже сложившихся стереотипов, нацелена на: а) информирование общественности; б) повышение осведомленности аудитории; в) на убеждение общественности; г) на изменение поведения целевой общественности.
10	СО-кампания, которая ведется на партнерских началах внутренними и внешними PR-специалистами, считается а) автономной СО-кампанией; б) смешанной неавтономной СО-кампанией; в) неавтономной СО-кампанией; г) смешанной автономной СО-кампанией.
11	Что является объектом коммуникационной кампании? а) схема воздействия на СМИ; б) сознание и поведение ЦА; в) место проведения коммуникационной кампании; г) сроки проведения коммуникационной кампании.
12	Коммуникационная кампания, предполагающая достижение цели при минимальном использовании ресурсов, является: а) темпорально оптимизированной; б) ресурсно оптимизированной; в) оптимизированной по эффекту; г) неоптимизированной.

13	Какая формула лежит в основе деления PR-кампаний на PR-кампании полного и неполного цикла? а) SMART; б) RACE; в) SWOT; г) KPI.
Б1.В.23 Организация работы отдела рекламы (5 семестр)	
14	Коммуникационный бриф – это: а) документ, структура которого разработана Ассоциацией Коммуникационных Агентств России, его нельзя трансформировать; б) формальный документ, который можно не заполнять, если агентство выполняло ранее заказы клиента; в) документ с универсальной структурой, которую каждое агентство адаптирует под себя; г) аналог договора, если заказчик работает с индивидуальным предпринимателем
Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения (8 семестр)	
15	Главный принцип PR при взаимодействии компании с внешней средой: а) обеспечение обратной связи; б) полнота направляемой информации; в) регулярность информирования.
16	Кто является объектом политической рекламы? а) органы государственной власти; б) органы местного самоуправления; в) электорат; г) социальные группы
17	Кто является субъектом политической рекламы? а) средства массовой информации; б) политические партии и кандидаты; в) избиратели; г) институты гражданского общества
18	Что является предметом политической рекламы? а) социальные группы; б) кандидат, партия, политические акции и программы, движение поддержки или протеста; в) политические технологии; г) средства массовой информации
19	Назовите основное отличие политической рекламы от коммерческой: а) предмет изучения; б) объект рекламирования; в) решаемые задачи; г) оставленные цели
20	Закон РФ о рекламе не распространяется на: а) частные объявления; б) политическую рекламу; в) социальную рекламу; г) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке
Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете (5 семестр)	
21	К какому типу медиа относится блог компании? а) собственные медиа; б) платные медиа; в) заработанные медиа
22	Качественный посетитель сайта – это...

	а) пользователь, просмотревший более одной страницы на посещаемом сайте; б) пользователь, просмотревший более 10 страниц на посещаемом сайте; в) пользователь, который провел более минуты просматривая посещаемый сайт
23	Направляет обсуждение в нужное русло, нейтрализует негативное отношение пользователей, повышает активность пользователей в сообществах: а) контент-менеджер; б) PR-менеджер; в) комьюнити-менеджер
24	Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к: а) увеличению продаж; б) росту трафика на сайт; в) лояльности потребителей; г) изменению информационного поля компании (бренда)
25	Какой из вариантов лучше всего описывает интересы и ценности аудитории ВКонтакте? а) Знакомства, бесплатный контент, музыка, видео, дешевые покупки; б) Бесплатный контент (музыка, видео), политика, самообразование; в) Студенческая жизнь, знакомства, любовь; г) Дешевые покупки, семья, любовь, саморазвитие.
26	Что такое мультимедийность в системе массмедиа? а) система связи между отдельными документами с помощью встроенных гиперссылок; б) одновременное использование различных форм представления информации и ее обработки в едином объекте-контейнере; в) процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации; г) перевод содержания СМИ во всех его формах в цифровой формат, понятный современным компьютерам.
27	Как правильно поступать с негативными отзывами о продукте/услуге в социальных медиа? а) удалить комментарий; б) разыскать автора комментария и наказать; в) «забанить» автора комментария; г) вступить в диалог с автором комментария.
28	PR в Интернете стоит на трех «китах» - Web PR, Net PR и Online PR. Что НЕ относится к Online PR? а) использование сетевых информационных ресурсов для информирования пользователей, например, проведение pr-акций, промоушенов. б) электронная рассылка пресс-релизов, коммерческих предложений, анонсов и т.п. в) возможность почитать электронную версию журнала или газеты г) доступ к интерактивной базе данных в режиме реального времени.
29	ORM – Online Reputation Management НЕ предполагает: а) контроль появления репутационных рисков; б) выявление и отражение негативных комментариев, публикаций и отзывов; в) распространение в Сети контента для формирования лояльности к бренду; г) сегментирование целевой аудитории официальных ресурсов в интернете.
30	Ключевые показатели результативности (KPI) бывают ... а) общие и локальные; б) точные и примерные; в) прямые и косвенные; г) качественные и количественные

Б2.В.02(П) Производственная практика, профессионально-творческая (5 семестр)	
31	Цель медиапланирования: а) создать благоприятный имидж организатора информационной кампании; б) добиться максимального эффекта от затрат на информационную кампанию; в) проинформировать как можно большее число людей
Б1.В.07 Реклама в интернете (3 семестр)	
32	Open rate, применительно к email-маркетингу, – это метрика, которая показывает... а) какой процент людей кликнул по ссылке в письме; б) какой процент людей отписался; в) какой процент людей отметил письмо как спам; г) какой процент людей открыл письмо
33	Релевантность это: а) столкновение атомов с пикселями; б) соответствие элементов рекламной кампании запросу пользователя; в) точность соответствия по шкале Моосса; г) соответствие запроса пользователя ответу бота поисковой системы в каждом конкретном случае
34	Что такое ретаргетинг и ремаркетинг? а) технологии показа онлайн-рекламы, которые позволяют рекламодателю еще раз обратиться к аудитории, уже посетившей сайт в прошлом; б) это возможность показать пользователю объявление с красивой картинкой; в) механизм автоматической оптимизации цены клика, действующий в интересах рекламодателя для снижения его расходов
35	AdWords - это: а) веб-ресурс предназначенный для рекламодателей с набором определенных рекламных функций, которые взаимодействуют с поисковой системой Google; б) система для продажи билетов на фестиваль рекламы; в) программа интернет-рекламы от Google, позволяющая создавать эффективные объявления и показывать их именно той аудитории, которую они могут заинтересовать. г) программа для воспроизведения рекламных видео, текстовых, а также графических рекламных объявлений пользователям сети Интернет.
36	Маркетплейс — это... а) интернет-магазин с широким выбором товаров; б) торговая площадка или онлайн-платформа, на которой совершаются покупки и продажи товаров и услуг различных брендов (от производителей или продавцов); в) сайт-агрегатор, который управляет запросами пользователей и осуществляет взаимосвязь с производителями товаров; г) лид, или одностраничник, собирающий персональные данные потенциальных клиентов.
Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью (4 семестр)	
37	Какой код ошибки высвечивается в случае, когда ресурс не найден? а) 500 б) 401 в) 404 г) 503
38	Что такое HDD? а) оперативная память; б) жесткий диск; в) видео высокого разрешения;

	г) способ подключения монитора
39	Какие три изобретения изначально вошли в концепцию WWW? а) TCP/IP, IRC, NSF б) HTTP, HTML, URL в) HTTP, URI, DNS г) IP, DNS, URL
40	Как соотносятся друг с другом понятия Интернет и Веб? а) они никак не связаны; б) это синонимы; в) интернет – это часть веба; г) веб – это часть интернета.
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)	
1	Руководитель поручил Вам продумать содержание очередного выпуска внутрикорпоративного издания вашей компании. Отберите два события, о которых можно рассказать сотрудникам. а) Из декретного отпуска вышла одна из сотрудниц. б) Два человека получили несерьезные производственные травмы. в) У заместителя директора родился сын. г) Всего за месяц уволился один человек, и один был принят на работу. д) На предприятие приезжал генеральный директор из головного офиса. е) На предприятии вводится строгий дресс-код со следующего месяца. ж) На практику в компанию пришли студенты (всего 5 человек). Пока ходят без дела, больше мешают.
Б1.В.12 Специальное событие (4 семестр)	
2	Расставьте в правильной последовательности этапы жизненного цикла специального события (модель Дж. Голдблатта): а) Координация б) Исследование в) Планирование г) Разработка д) Оценка результатов Ответ: б-г-в-а-д.
3	Показатель Net Promoter Score (NPS) при оценке эффективности специальных событий рассчитывается как: а) разница между процентом критиков и процентом сторонников мероприятия, без учёта «нейтральных» посетителей б) разница между процентом сторонников и процентом критиков мероприятия, без учёта «нейтральных» посетителей в) разница между процентом сторонников мероприятия и процентом «нейтральных» посетителей г) разница между процентом критиков мероприятия и процентом нейтральных посетителей
4	Для чего в ивент-менеджменте используется диаграмма Ганта? а) для визуализации сильных и слабых сторон мероприятия б) для визуализации этапов и сроков организации мероприятия в) для визуализации возможностей и угроз при планировании
5	Что является одним из ключевых недостатков показателя PR Value при оценке эффективности PR-кампании? а) некорректность сравнения материалов с пометкой «на правах рекламы» с редакционными материалами при расчёте PR Value б) слишком сложная формула расчёта PR Value в) слишком большие усилия при расчёте PR Value, затрачиваемые на сбор

	информации о ценовой политике СМИ
6	Что из перечисленного относится к средствам формирования внешнего корпоративного имиджа: корпоративные праздники, имиджевая рекламная кампания, связи со СМИ, программы стимулирования сотрудников, имиджевая общественная деятельность (3 варианта). Ответ: имиджевая рекламная кампания, связи со СМИ, имиджевая общественная деятельность.
7	Составьте рейтинг основополагающих PR-инструментов в современный век информационных технологий. На первом месте – самый значимый, на последнем – наименее значимый: SMM, Event-management, Блогеры, Медиарилейшнз, Сторителлинг. Ответ: 1. SMM 2. Блогеры 3. Медиарилейшнз 4. Event- management 5. Сторителлинг
Б1.В.16 Реклама в сфере применения (7 семестр)	
8	Как вы понимаете термин «омниканальность» в контексте продвижения в гостиничном бизнесе? Ответ: Омниканальность — маркетинговый термин, обозначающий взаимную интеграцию разрозненных каналов коммуникации в единую систему, с целью обеспечения непрерывной коммуникации с клиентом.
9	Одним из наиболее частых нарушений в рекламировании лекарственных средств является суррогатная реклама. Что подразумевается под этой формулировкой? Ответ: Под суррогатной рекламой понимается реклама запрещенного к рекламированию лекарственного средства через рекламу другого объекта.
10	Приведите пример применения одного из рекламных инструментов, задействующего <i>rester power</i>. Ответ: рекламные ролики на детских каналах, в том числе product placement в популярных мультсериалах, рассчитанные на то, что ребенок будет узнавать товар на полках магазинах и оказывать давление на родителей во время покупок.
11	Что имеется в виду, когда говорят, что страхование относится к числу услуг пассивного спроса. Как это влияет на построение рекламной стратегии? Ответ: потребитель, как правило, либо вовсе ничего не знает о сути страховых услуг, либо знает, но не стремится к их приобретению. Успешный сбыт страховых продуктов возможен только при наличии интенсивной рекламы и (или) активных личных продаж.
Б2.В.03(П) Производственная практика, проектная (7 семестр)	
12	Перед реализацией проекта исполнитель готовит бриф и отправляет его на утверждение заказчику. Правильный ли это алгоритм действий? Ответ: Нет, это неправильно. Бриф помогает исполнителю познакомиться с желаниями заказчика и заполняется самим заказчиком.
13	Вам предстоит подготовить бриф. Включать ли в него следующие пункты: ваша ЦА, ваши конкуренты, общая информация о компании? Ответ: Да, включать.
14	Руководитель IT-компании, где работает 100 человек, собирается отмечать день рождения. Нужно ли писать пресс-релиз в преддверии этого события? Ответ: Нет, не нужно. Пресс-релиз пишется, если есть серьезный информационный повод.
Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью (4 семестр)	
15	Какой цвет анимации нужно выбрать в PowerPoint, чтобы объект появился в нужный

	момент? Ответ: Зеленый
16	Абзацный отступ не нужен при выравнивании текста _____ Ответ: По центру
17	При сдаче макета в типографию изображения в нем должны иметь разрешение ____ dpi. Ответ: 300
18	Каналы в RGB изображении показывают _____ субпикселей. Ответ: Яркость
19	В векторной графике _____ объекта не влияет на _____ файла. Ответ: Размер
20	Какой инструмент используется для точного клонирования части изображения в Photoshop? Ответ: Штамп
21	Как называется плавный переход одного цвета в другой? Ответ: Градиент
22	Какой инструмент используется для взятия образца цвета с изображения в Photoshop? Ответ: Пипетка
23	Для какого типа изображений лучше всего подходит формат JPEG? Ответ: Для фотографий.
24	Какими станут черные пиксели верхнего слоя, если включить ему режим смешивания «Экран»? Ответ: Прозрачными.
Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете (5 семестр)	
25	Веб-страница, содержащая информацию об услуге или товаре, переход на которую осуществляется по ссылке из рекламного объявления, называется.... Ответ: Лендинг, landing page или целевая страница
26	Сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками, называется.... Ответ: Интранет
27	Совокупность ключевых слов и фраз, которые характеризуют профиль сайта, называется (3 слова) Ответ: семантическое ядро поиска
28	Как называется страница, с которой есть ссылки на все другие страницы сайта? (два слова) Ответ: карта сайта
29	Соотнесите понятия: А. Сайты, на которых показывается контекстная реклама компании Б. Страница компании в соцсети В. Упоминания в социальных сетях и ранжирование в поисковых системах 1. Собственные медиа 2. Платные медиа 3. Заработанные медиа Ответ: А-2, Б-1, В-3
30	Как называется сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании? Ответ: Экстранет
31	К какому виду контента относится рубрика «Высказывание личного мнения на какое-либо течение или событие из ниши»? (отвечает на вопрос «какой»)? Ответ: экспертный.
32	ER в социальных медиа означает?

	Ответ: уровень вовлеченности, engagement rate
33	Назовите хотя бы два инструмента, с помощью которых следует рекламировать сообщество в социальных сетях? Ответ: таргетинг, френдинг
34	Эти показатели KPI характеризуют деятельность сообщества, качество и число публикаций, общение с подписчиками, скорость реагирования. Они позволяют понять, какую работу проделала команда. Как называется эта группа показателей? Ответ: показатели (чего? – одно слово) Ответ: активности
35	Для какой социальной сети характерно следующее описание интересов: семья, дом, дети, поддержание связи с одноклассниками? Ответ: Одноклассники
Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая) (4,5 семестр)	
36	Для чего нужна реферальная ссылка? Ответ: Для участия в партнерской программе. Основная функция реферальных ссылок – привлечение дополнительных клиентов на сайт (в интернет-магазин, онлайн-игру и т.п.) за счет уже имеющихся клиентов. Например, владелец карты «Тинькофф» может предложить своему другу оформить карту этого банка с использованием своей реферальной ссылки, и тогда реферер и реферал получат по 500 руб. на счет. А банк «Тинькофф» сможет благодаря ссылке идентифицировать пользователя, привлечшего нового клиента, и поощрить его в соответствии с условиями партнерской программы.
37	В чем заключается отличие одностраничного сайта (лендинга) от сайта-визитки? Ответ: сайт-визитка отвечает за имидж и узнаваемость, в то время как лендинг провоцирует совершить конкретное действие (купить, подписаться, позвонить) прямо сейчас.
38	В зависимости от цели выделяют следующие виды контента в социальных сетях: продающий, развлекательный, обучающий, вовлекающий и репутационный. Приведите пример продающего и развлекательного видов контента для паблика зоомагазина в ВК. Ответ: продающий контент – описание товара, услуг, акция, скидка; развлекательный контент – шутка, мем, смешное видео, картинка.
39	В зависимости от цели выделяют следующие виды контента в социальных сетях: продающий, развлекательный, обучающий, вовлекающий и репутационный. Приведите пример обучающего и репутационного видов контента для паблика зоомагазина в ВК. Ответ: обучающий контент – правила ухода за животными, правила использования товаров, кормов и препаратов; репутационный контент – достижения коллектива зоомагазина, победы в конкурсах, юбилеи.
40	Что не относится к методам управления репутацией в сети Интернет (2 варианта ответа): а) Работа с отзывами б) Размещение рекламы в) Партизанский маркетинг г) SMM (размещение контента и работа в соцсетях) д) Размещение материалов в СМИ е) SEO-продвижение
41	Соотнесите понятия и определения: SMO, SEO, SMM. а) оптимизация под поисковые системы б) маркетинг в социальных сетях в) оптимизация сайта под социальные сети

	Ответ: а) SEO, б) SMM, в) SMO.
42	Для каких категорий бизнеса продвижение в социальных сетях будет 1) эффективным; 2) неэффективным: а) крупный бизнес; б) узкоспециализированный B2B, в) средний и малый бизнес; г) бизнес со спонтанными транзакциями (например, служба такси). д) интернет-сектор; е) сектор B2B; Ответ: 1) а, в, д, е; 2) б, г.
43	Для каждого из перечисленных ниже видов работ, осуществляемых в процессе организации специального события, выберите релевантный инструмент их реализации. У вас должны получиться логические пары типа «Чтение – Книга», «Рисование – Альбом» и т.п. Виды работ: 1) Конструирование лэндинг-пейдж, 2) Планирование и просмотр статуса выполнения проектных задач, 3) Создание опросника для оценки эффективности ивента, 4) Проведение онлайн-планёрок с мультимедийной презентацией. а) Miro б) Tilda в) Trello г) Яндекс.Формы Ответ: 1б-2в-3г-4а
44	Одно рекламное объявление сконвертило 5% от 500 кликнувших по объявлению, а второе объявление – 20% от 100. Какое объявление оказалось более успешным? Ответ: первое.
Б1.В.11 Наружная реклама (3 семестр)	
45	Подберите форматы наружной рекламы, соответствующие определениям, используя предложенный список: брандмауэр, билборд, тривижн (призматрон), пилларс. а) это изображение красками или баннерное полотно, размещенное на глухой стене здания размером от 50 кв. метров; б) рекламный щит с тремя чередующимися сторонами, динамический рекламоноситель, представляющий собой настенный или отдельно стоящий щит, информационное поле которого образовано набором равносторонних трехгранных призм; в) щит на металлической раме и опоре с размером рекламного поля 3 х 6 м, устанавливаемый в ключевых точках города: на оживленных трассах и магистралях; г) формат наружной рекламы, который представляет собой отдельно стоящую двух- или трехстороннюю конструкцию с двумя или тремя рекламными полями, как правило, имеющую внутреннюю подсветку. Ответ: а) брандмауэр, б) тривижн, в) билборд, г) пилларс.
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1. В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании (7 семестр)	
1	Торговый центр «Аксиома» организует празднование Дня Рождения торгового центра. Для этого руководство ТЦ организует концерт, приглашает исполнителей из Москвы, проводит лотерею с розыгрышем призов среди покупателей торгового центра (имеющих чеки), нанимает детских аниматоров и закупает подарки для детей. Призы предоставляют якорные арендаторы торгового центра «Аксиома» и компания, экспонирующая в нем автомобили «КМ/Ч». Кроме того, проводится рекламная кампания в наружной рекламе, на Воронежском радио и на ТВ-Губерния, информирующая воронежцев о предстоящем мероприятии. Какие метрики можно использовать для того, чтобы оценить эффективность данного мероприятия для арендаторов ТЦ «Аксиома»?

	Ответ: можно измерить проходимость (счетчики на входе в ТЦ) в дни празднования и сравнить с аналогичным периодом без каких-либо стимулирующих мероприятий. Можно провести опрос посетителей и якорных арендаторов на предмет повышения лояльности к ТЦ. Кроме того, можно опросить арендаторов на предмет экономической эффективности данного мероприятия (увеличения количества покупок, увеличения среднего чека и т.п.).
2	Какие средства и инструменты интернет-рекламы необходимо использовать для того, чтобы помочь частному детскому саду «Холмы-Горы» набрать 50 детей в возрасте от 3 до 6 лет при стоимости пребывания 25 тыс. руб. в месяц? Ответ: можно разработать сайт садика и прибегнуть к контекстной рекламе «Яндекс. Директ» («Гугл. Адвордс»), настроить в метриках «Аудитории» «радиус» 2-3 км. (жилые дома и бизнес центры) или «полигоны» (платные развивающие детские дошкольные учреждения, детские развлекательные центры, элитные жилищные комплексы и т.п.) выбирая места, где может находиться целевая аудитория, и демонстрировать рекламу.
3	Молодая компания «Автоюрист» провела трехмесячную рекламную кампанию своих услуг с использованием наружных носителей. Однако клиентов, которые бы указывали на то, что они узнали о компании благодаря билбордам и листовкам, было крайне мало. Можно ли считать, что рекламная кампания не удалась? Возможно ли, что данная кампания была эффективна с коммуникативной точки зрения? Ответ: Да, возможно, что данная кампания эффективна с коммуникативной точки зрения. Дело в том, что юридические услуги не являются ежедневной потребностью граждан (и спорные моменты при ДТП возникают не часто), поэтому результат рекламы можно будет оценить позже. В этом случае интересно было бы провести опрос автолюбителей на предмет узнавания компании «Автоюрист». Если, к примеру, раньше ее не знали вообще, а теперь запомнили название и сферу деятельности, то это - определенный результат.

Б1.В.16 Реклама в сфере применения (7 семестр)

4	Найдите все виды рекламных носителей в зале ресторана, представленные на фотографиях 



Ответ: Тейбл-тент, меню, объемные буквы, нанесение на светильники.

- 5 Реклама: Елена Кучеренко, врач-офтальмолог: «На помощь спешит модный и одновременно полезный аксессуар – компьютерные очки Crizal». Почему реклама была признана ненадлежащей?

Ответ: Использование образов врачей и фармацевтов запрещено в любой рекламе, кроме: 1) рекламы медицинских услуг; 2) рекламы средств личной гигиены; 3) специализированной рекламы, размещаемой на мероприятиях или в изданиях для медицинских и фармацевтических работников (п. 4 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе)

- 6 Какие мотивы задействованы в данной рекламе?



Ответ: Рациональные мотивы, а именно мотив получения прибыли.

- 7 Какие мотивы задействованы в данной рекламе?

	РОСГОССТРАХ Ежегодно в жилом секторе на территории РФ происходит около 100 000 пожаров ЗАКЛЮЧАЙТЕ ДОГОВОРЫ СТРАХОВАНИЯ ДОМОВ И ДОМАШНЕГО ИМУЩЕСТВА ПАО СК «Росгосстрах», лицензия Банка России на осуществление страхования СИ № 0001, выдана 06.06.2018 г., бессрочная. Использована статистика, опубликованная на официальном сайте МЧС России (www.mchs.gov.ru). Реклама.
8	Чем объясняется популярность привлечения селебрити в банковской рекламе? НОВЫЙ БАНК С МНОГОЛЕТНИМ ОПЫТОМ Ответ: Высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости транслируется и на финансовый продукт.
Б1.В.12 Специальное событие (4 семестр)	
9	Вы являетесь представителем коммерческой организации, работающей в сегменте B2C (сфера деятельности не имеет значения). Предложите концепцию мероприятия, с помощью которого вы можете скорректировать имидж организации, расставив в нём акценты на следование национальным традициям и обычаям. Концепция должна включать целевую аудиторию, краткое описание идеи мероприятия и её обоснование. Ответ: При оценке ответа следует обратить внимание, насколько студент понимает особенности B2C-сегмента. В остальном ответ может включать в себя достаточно широкий спектр идей. В частности, участие бренда в качестве спонсора / партнёра в праздниках с национальной / культурной / религиозной составляющей (Масленица; Рождество; День семьи, любви и верности и т.п.), а также организацию собственных мероприятий – Дня православной литературы с тематическими лекциями и скидкой на соответствующие произведения (для книжного магазина), Дегустациями национальных блюд (для продуктового ретейла), Презентацией нового продукта с

	соответствующей концепцией (в этом случае необходимо сосредоточиться на концепции самого продукта) и т.д.
10	Вам необходимо разработать анкету из 3-5 вопросов для оценки коммуникативной эффективности прошедшего мероприятия. Какие вопросы вы включите в данную анкету? Важно, чтобы один из вопросов был направлен на вычисление показателя NPS, а остальные вопросы – на выявление конкретных аспектов осведомлённости ЦА о мероприятии, детального отношения к мероприятию, сбор идей на будущее. Ответ: Вопрос на вычисление показателя NPS должен звучать примерно так: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете данное мероприятие своим знакомым по 10-балльной шкале, где 1 – ни в коем случае не порекомендую, 10 – обязательно порекомендую?». Примеры других вопросов: «Что именно вам понравилось / не понравилось в прошедшем мероприятии?», «Есть ли у вас конкретные предложения для организаторов, как улучшить данное мероприятие?», «Как вы узнали о данном мероприятии?», «Посещали ли вы аналогичные мероприятия раньше? Если да, то укажите, какие именно» и т.д. При анализе вопросов, предлагаемых студентом, следует обратить внимание на их тип (открытые/ закрытые) и, в случае необходимости, узнать предлагаемые респонденту варианты ответа.
Б1.В.23 Организация работы отдела связей с общественностью (5 семестр)	
11	Детский фольклорный коллектив «Светлячок» победил в международном конкурсе «Зов предков» и вернулся в родной город. Предложите свой план проведения PR-кампании. Ответ: подготовка и рассылка в СМИ пресс-релиза, проведение пресс-конференции с элементами «музыкальной паузы» (один – два номера из концертной программы коллектива), концерт коллектива для жителей родного города.
12	В последнее время против Российской Федерации введены многочисленные экономические и политические санкции, из-за чего многие крупнейшие мировые производители компьютерной техники, гаджетов, автомобилей, одежды, продовольствия, компании общественного питания и т.д. свернули свою деятельность в нашей стране. В результате в июне 2022 года на территории России легализовали параллельный импорт – ввоз в страну «серых» товаров. Это касается продукции предприятий, вышедших или временно переставших работать на рынке из-за запрета реализации своей продукции в РФ ввиду санкций. Предложите аргументы в защиту данной схемы поставок запрещенной производителями продукции на территорию Российской Федерации, которые будут использованы при проведении соответствующей PR-кампании. Ответ: Специальная военная операция на Украине привела к санкциям и уходу ряда иностранных брендов с российского рынка, в связи с чем возникла необходимость обеспечить российских потребителей качественными товарами в условиях жестких санкций и проблем с импортозамещением. В перечень не были включены фармацевтические препараты, поскольку западные фармкомпании продолжают бизнес в России. Параллельный импорт способствует развитию конкуренции между поставщиками. В случае с параллельным импортом речь идет об оригинальном товаре, который изначально происходит от правообладателя, а потому соответствует стандартам качества. Параллельный импорт позволит обеспечить российский рынок оригинальными запасными частями для автомобилей и техники, автомобилями, электроникой, изделиями легкой промышленности известных брендов, бытовой химией и иными товарами народного потребления. Все эти категории товаров могли стать дефицитными из-за массового исхода международных компаний из России. Таким образом, для потребителей параллельный импорт – это скорее плюс.
Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения (8 семестр)	
13	Эрнст Вебер (немецкий физиолог и психолог 1795-1878) и Густав Фехнер (немецкий

	физиолог 1801-1887). Закон Вебера-Фехнера – эмпирический психофизиологический закон, заключающийся в том, что интенсивность ощущения пропорциональна логарифму интенсивности раздражителя. В ряде экспериментов, начиная с 1834 года, Э. Вебер показал, что новый раздражитель, чтобы отличаться по ощущениям от предыдущего, должен отличаться от исходного на величину, пропорциональную исходному раздражителю. На основе этих наблюдений Г. Фехнер в 1860 году сформулировал «основной психофизический закон», по которому сила ощущения пропорциональна логарифму интенсивности раздражителя. Так, люстра, в которой 8 лампочек, кажется нам настолько же ярче люстры из 4-х лампочек, насколько люстра из 4-х лампочек ярче люстры из 2-х лампочек. То есть количество лампочек должно увеличиваться в одинаковое число раз, чтобы нам казалось, что прирост яркости постоянен. Вопрос: как может закон Вебера-Фехнера проявляться во время избирательных кампаний? Ответ: действие психофизиологического закона Вебера-Фехнера необходимо учитывать при планирования таких основных целей политической рекламы, как узнаваемость и популярность.
14	Еще в период Римской Республики Квинт Туллий Цицерон наставлял своего брата Марка: «...следует сказать о молве, о которой надо весьма заботиться... имеет значение для прославления твоего имени: слава красноречия, расположение откупщиков и сословия всадников, благожелательное отношение знати, привлекательность для молодежи, настойчивость тех, кого ты защитил ... чтобы говорили и думали, что ты хорошо знаешь людей, приветливо обращаешься к ним, настойчиво и тщательно добиваешься избрания, благожелателен и щедр; твой дом, с ночи заполненный посетителями, привлекательность для разнообразных людей, когда твоими речами удовлетворены все, а делом и помощью – многие; пусть то, что можно выполнить, делается трудолюбиво, искусно и тщательно, не для того, чтобы молва распространялась от этих людей к народу, но для того, чтобы сам народ жил среди этих стремлений...» Вопрос: о какой технологии массовой политической коммуникации, говоря современным языком, идет речь в указанном наставлении? Ответ: технологии построения имиджа.
15	Сохранились свидетельства о том, что во времена античных избирательных кампаний глашатаи произносили не только политические призывы, но и обличения. Например, во время первого консульства Юлия Цезаря, когда возникло острое политическое противостояние с соратником по консульству Марком Бибулом, глашатаям поручалось произносить опровергающие эдикты (нормативные акты), в которых речь шла о неприглядных деталях личной жизни соперников, их чрезмерном честолюбии, моральной нечистоплотности и т.д. Какие методы современной политической борьбы напоминают эти публичные технологии? Ответ: негативная политическая реклама, контр-атакующая реклама, «черный» и «серый» PR.
Б1.В.08 Связи с общественностью в Интернете	
16	При создании концепции личного бренда необходим анализ конкурентов. Объясните, каковы цели и необходимость этого анализа? Ответ: узнать опыт конкурентов в сфере, чтобы использовать его в своем продвижении; выявить недостатки, чтобы не совершать подобные ошибки.
17	Мессенджер Telegram по итогам 2021 года стал самым быстрорастущим мессенджером в России. Перечислите уникальные инструменты мессенджера, позволяющие говорить о Telegram как о социальной сети.

	Ответ: чат-боты, брендированные стикеры, видео в «Кружочках», голосовые сообщения, реакции и комментарии, трансляции
18	Компания ведет страницу в социальной сети ВКонтакте. Публикует тематический контент, отвечает на комментарии, проводит вовлекающие мероприятия для подписчиков. Перечислите возможные количественные KPI для оценки эффективности работы страницы. Ответ: количество подписчиков, вовлечение – ER (лайки, комментарии, цитирование), охват, показы, просмотры видео, сохранения, конверсии и лидогенерация
19	Социальная сеть «ВКонтакте» богата инструментами для таргетированной рекламы. Здесь можно продвигать как отдельный пост, так и целое сообщество, таргетироваться по определённому событию или тематике. Формат напрямую зависит от бизнес-целей компании. Назовите способы продвижение в сети ВКонтакте. Ответ: «Реклама сайта», «Карусель», «Реклама в клипах и историях», «Универсальная запись».
20	«30 Трав» - магазин травяных чаёв, продает травы и травяные сборы для оздоровления организма, а также для повседневного употребления вместо чая. Вся продукция прошла сертификацию. Растения не содержат вредных примесей. Руководство планирует завести продающий аккаунт в соцсетях. Определите портрет потребителя и предложите наиболее подходящий вариант социальной сети для продвижения продукции магазина. Ответ: потребитель – женщины старше 45 лет, ведущие здоровый образ жизни, предпочитающие простые товары и народную медицину, интересующиеся программами омоложения организма, имеющие высокий доход. Много времени проводят в социальной сети, делятся рекомендациями, любят поговорить. Соцсеть – Одноклассники.
21	Прочитайте негативный отзыв о сетевом магазине. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики. «Доброе утро! Хочу оставить негативный отзыв о кассире который почему-то до сих пор там работает! ФИО её по чеку (скрин чека приложу или вышлю по вашему требованию) Печенюк Ольга Леонидовна, которая просто не имея страха перед законом, обмануть пытается или обманывает по количеству продуктов в чеке как минимум пробивая по 2 раза один и тот же продукт, делает это* с видимой и наглой очевидностью не стесняясь ни капли и без зазрения совести с каждым практически покупателем у кого больше среднего количество продуктов в чеке! Видишь и говоришь ей, то делает, с невозмутимым и презренным лицом возврат! Уважаемая администрация магазина "Чижик", те кто будет читать этот отзыв и принимать необходимые меры в отношении этого сотрудника и прошу принять соответствующие и СТРОГИЕ меры в отношении данного сотрудника, так как её действия противозаконны и уголовно-наказуемы и ущемляют права покупателя! Заранее спасибо!» Ответ: Недовольный потребитель. Он уже пользуется услугами компании и столкнулся с проблемной ситуацией, которую хочет решить. Он — основа финансового благополучия компании. Крайне важно правильно обработать его негатив. Основные особенности недовольного потребителя: a. описывает локальную ситуацию, которая произошла с ним (реже — с родным или друзьями); b. готов поделиться дополнительной информацией, если нам это необходимо; c. легко уводит общение с компанией из публичного поля. Например, в личные сообщения; d. благодарит после решения проблемы.

22	Прочитайте негативный отзыв о сетевом магазине. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики. «Отвратительный магазин, вечно грязно продавцы хамы. Сидят даже со стула не встанут товар показать. Товар продали просрочка это ужас.» Ответ: Хейтер. Может быть бывшим недовольным потребителем, чья проблема не была решена. Или это тот пользователь, который испытывает «идейную» ненависть к компании. Хейтер спекулирует на актуальных в данный момент негативных информационных поводах. Основные особенности: a. описывает негативную ситуацию общими словами без конкретики; b. на уточняющие вопросы реагирует неконструктивно, каждый раз обобщает ситуацию; c. возглавляет и поддерживает волну недовольства среди пользователей, если подобная возникает.
23	Прочитайте негативный комментарий под статьей о рецептах новогодних блюд. Определите к какому типу относится автор негатива, приведите его основные характеристики.  Дали 9 месяцев Дизлайк. Показуха. Бутафория. Автор изрядно постарался, но вряд ли все перечисленные блюда стоят ежегодно на её столе. Напоминает простую "нарезку" из журнала рецептов и интернета Ответить  -77  Ответ: Тролль. Главная задача — вывести из себя других пользователей, а лучше администраторов сообщества. Основные особенности: a. может оставлять сообщения, которые не связаны с деятельностью компании и задевают участников сообщества; b. пишет с аккаунта, который на первый взгляд похож на реального человека, но по факту фейковый; c. оставляет комментарии с ложной информацией, которую можно принять за правду.
24	Прочитайте отзыв и предложите алгоритм реагирования на негатив.  Анастасия 09 Августа 2019, 02:58 ☆☆☆☆☆ Цвет: желтый, прозрачный Размер: 42-54, Соответствует размеру Проще надеть пакет! Будет надёжнее во всяком случае! Дождевик порвался при попытке ДОСТАТЬ его из упаковки! Пожаловаться на отзыв Ответить  37  0 Ответ: Реагируем оперативно. 1. Приветствуем. 2. Приносим извинения. 3. Не вступаем в спор. 4. Уточняем детали. 5. Решаем проблему. 6. Выражаем надежду на дальнейшее сотрудничество. 7. Можно предложить приятный подарок.
25	Одним из типов качественного и полезного контента является «решение проблем пользователя». Определите проблемы, которые волнуют подписчиков сообщества

	«Народная медицина» и предложите варианты контента для их решения. Ответ: проблемы: похудение; лечение конкретных заболеваний; физические упражнения; массаж; оздоровление; польза трав и продуктов и т.п. Варианты контента: 1) обратиться к мнению профессионала в этой сфере – экспертное мнение; 2) создать инструкцию; 3) описать пример из своей практики.
26	Анализ репутации в сети, как правило, начинают с мониторинга поисковиков. Составьте универсальное семантическое ядро из брендовых запросов. Ответ: Название компании или ФИО субъекта. Бренд + URL-сайта. Название компании + отзывы. Адрес сайта + отзывы. Название фирмы + отзывы сотрудников.
27	Показатель KPI – Share of Voice (SoV) – доля голоса – оказывает долю упоминаний одной компании/продукта среди всех конкурирующих предприятий/продуктов данной сферы. В чем измеряется этот показатель? Приведите формулу расчета. Ответ: измеряется в процентах. $\text{SoV (\%)} = \frac{\text{Количество публикации о компании}}{\text{Общее количество публикаций в отрасли}}$
28	Задание: Составить портрет типичного представителя целевой аудитории, ответив на следующие вопросы: Кто ваш клиент? Как тратит деньги? Как относится к жизни? Какие проблемы и боли испытывает? Как проводит время в сети? Кейс: Компания производит многоразовые стаканы для горячих напитков из экологических натуральных материалов. Ценовая политика выше средней по рынку. Это обусловлено высокой стоимостью сырья и качественной упаковкой. Также много средств уходит на продвижение и съемку необычных рекламных роликов. Все это закладывается в конечную стоимость продукта. Бренд сотрудничает с известными блогерами, которые ведут осознанный образ жизни и призывают к экологичности. Ответ: Кто ваш клиент? Молодые люди 15-35 лет с уровнем дохода средний и выше среднего. Как тратит деньги? Покупают качественные товары высокой ценовой категории. Важно, чтобы товар соответствовал жизненным принципам и был изготовлен из натуральных материалов. Как относится к жизни? Ведет активный образ жизни, часто пьет горячие напитки «на ходу». Какие проблемы и боли испытывает? Волнуют проблемы защиты окружающей среды и экология. Как проводит время в сети? Имеет аккаунты в популярных соцсетях. Подписан на блогеров, которые ведут осознанный образ жизни и призывают к экологичному поведению.
29	Определите, в чем заключается нарушение сетевого этикета в предложенной ситуации. Какие правила нарушили Петр и Иван? Иван – ученик 11 класса и сейчас выбирает вуз для поступления. В официальном сообществе «ВКонтакте» нужного университета Иван нашел ссылку на страницу Петра – председателя Студенческого совета. Недолго думая, Иван написал ему сообщение: «Привет! Мне интересно, нравится ли тебе учиться в универе? Посоветуешь ли ты его для поступления?». Через некоторое время Петр ответил: «Добрый день! Могу рассказать про учебу и студенческую жизнь, но ближе к вечеру. Пожалуйста, напишите нужные вопросы, а я на них отвечу, как освобожусь». Радостный Иван записал голосовое сообщение на 5 минут и до конца вечера периодически напоминал о себе. Уже ближе к ночи одиннадцатиклассник, так и не получив ответа, начал звонить Петру. Утром Иван увидел, что был заблокирован. Ответ:

	Иван: 1) Обращение на «ты» с незнакомым человеком. 2) Отсутствие представления и описания своей проблемы. 3) Отправка голосового сообщения без разрешения собеседника. 4) Частое напоминание о себе. 5) Звонок в ночное время. Петр: 1) Следовало предупредить о задержке с ответом. 2) Блокировка – не выход из ситуации.
30	Предложите 2-3 идеи, как увеличить показатель UGC (User Generated Content) по результатам проведения мероприятия. Ответ может содержать все возможные способы увеличения числа положительных и нейтральных отзывов посетителей мероприятия в соцсетях, мессенджерах, на сайтах рекомендаций и т.п. Например, организация фотозоны, любые способы материального стимулирования лайков и репостов.
Б1.В.11 Наружная реклама	
31	Охарактеризуйте образец наружной рекламы, используя профессиональную терминологию. Ответ: Представлен образец нестандартной наружной рекламы с экстендерами 
32	Охарактеризуйте образец наружной рекламы, используя профессиональную терминологию. Ответ: Представлен образец нестандартной наружной рекламы (ambient медиа)



33 Охарактеризуйте образец наружной рекламы, используя профессиональную терминологию.

Ответ: Представлен образец нестандартной наружной рекламы



(тизер)

Профессиональная компетенция ПК-2

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью (3 семестр)

Б1.В.10 Тексты в рекламе (4 семестр)

Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)

Б1.О.32 Редактирование медиатекста (6 семестр)

Б1.В.17 Создание рекламного ролика (7 семестр)

Б1.В.19 Особенности языка рекламы (8 семестр)

Б1.В.20 Особенности языка связей с общественностью (8 семестр)

Б1.В.19 Особенности языка рекламы (8 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Практики (блок 2):

Б2.В.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная) (2-3 семестр)

Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая) (4-5 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б1.В.10 Тексты в рекламе (4 семестр)	
1	Заголовок в рекламном объявлении должен (2 ответа): а) Полностью дублировать содержание иллюстрации б) Содержать не менее 5-7 слов в) Соответствовать целевой аудитории г) Содержать достаточно информации о товаре
Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью (3 семестр)	
2	Пресс-релиз – это: а) жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию; б) текст о новостном событии, в котором адресату предлагается принять участие; в) текст, представляющий расширенную информацию текущего характера; г) краткий документ, отражающий профиль организации.
3	Бэкграундер как СО-текст относится к: а) оперативно-новостной жанровой группе; б) исследовательской жанровой группе; в) фактологической группе; г) исследовательско-новостной жанровой группе.
4	Какой вид биографии встречается ТОЛЬКО в политической коммуникации? а) биография-конспект; б) биография-повествование; в) биография-рассказ; г) биография-легенда.
5	Авторская статья, посвященная новостному событию, создающая или поддерживающая через авторитетный текст от имени первого (должностного) лица позитивный имидж организации – это... а) байлайнер; б) бэкграундер; в) заявление для СМИ; г) факт-лист.
6	Какой СО-текст часто обозначают как «Справка»? а) бэкграундер; б) лист вопросов-ответов; в) факт-лист; г) пресс-релиз.

7	В каком СО-тексте выражается позиция компании по сложившейся ситуации? а) заявление для СМИ; б) бэкграундер; в) факт-лист; г) поздравление.
8	Как называется рекламный элемент в СО-тексте? а) справка; б) advertorials; в) success-story; г) Q&A form.
9	Отличительной чертой какого СО-текста является наличие ссылок на юридические, этические, профессиональные нормы и ценности? а) бэкграундер; б) заявление для СМИ; в) факт-лист; г) байлайнер.
10	Как называется структурная часть поздравления, содержащая информацию о подробностях повода, значимости праздника? а) констатирующая часть; б) рамочный элемент; в) оптатив; г) промессив.
11	Какой научный термин используется для обозначения структурной части текста, содержащей пожелания адресату? а) промессив; б) конгратулятив; в) оптатив; г) рамочный элемент.
12	Какой из СО-текстов предоставляет возможность SEO-оптимизации за счет добавления ключевых слов, которые отвечают на запросы пользователей сети? а) пресс-релиз; б) факт-лист; в) бэкграундер; г) интернет-релиз.
13	Большое количество цифровой информации и статистики - неотъемлемый признак: а) пресс-релиза; б) факт-листа; в) приглашения; г) заявления для СМИ.
14	Какие из перечисленных материалов для СМИ считаются текстами с обязательным лидом (2 ответа)? а) пресс-релиз; б) биография; в) приглашение; г) факт-лист.
15	Чем поздравление отличается от байлайнера? а) наличием оптатива; б) наличием конгратулятива; в) наличием приветствия; г) наличием промессива.
16	Для какой жанровой группы СО-текстов характерно наличие рамочных элементов (обращения и подписи)?

	а) оперативно-новостные жанры; б) исследовательско-новостные жанры; в) исследовательские жанры; г) образно-новостные жанры.
Б1.О32 Редактирование медиатекста	
17	Какой этап не входит в процесс работы редактора над рукописью? а) критический анализ текста; б) оценка текста; в) исправление текста; г) разработка темы текста.
18	Какой тип отношений наблюдается между понятиями "молодежь" и "студенты": а) тождества; б) подчинения (включения); в) перекрещивания; г) исключения (внеположенности).
19	Минимального вмешательства редактора в текст требует правка: а) вычитка; б) сокращение; в) обработка; г) переделка.
20	Какая функция заголовка реализуется невербальными средствами: а) графически-выделительная; б) номинативная; в) информационная; г) экспрессивно-оценочная.
21	Какой тип отношений наблюдается между понятиями "морфема" и "тире": а) тождества; б) подчинения (включения); в) перекрещивания; г) исключения.
22	Какой тип отношений наблюдается между понятиями "аффикс" и "суффикс": а) тождества; б) подчинения (включения); в) перекрещивания; г) исключения (внеположенности).
Б1.В.17 Создание рекламного ролика (7 семестр)	
23	Какие разновидности видеороликов можно выделить, исходя из их социального назначения? а) видеолекция, видеоплакат; б) информативные, увещательные, напоминающие; в) коммерческие, имиджевые, социальные, вирусные; г) твердой подачи и мягкой подачи.
24	Какое из утверждений о специфике текста рекламного сообщения на телевидении является ложным? а) желательно не использовать условные сокращения слов; б) какофония в тексте интригует аудиторию; в) предложения в тексте должны быть не длинными, но ёмкими; г) склоняемые числительные обязательно писать словами.
25	Что такое мизансцена? а) специфика восприятия визуального ряда рекламного сообщения; б) размещение декораций, предметов и действующих лиц на съемочной площадке соответственно разным моментам композиции ролика, а также размещение света и камер;

	в) композиция рекламного текста; г) сцена, снимаемая на открытой площадке без использования искусственного освещения.
26	Чем отличается драматургическая схема кадра рекламного ролика от драматургии кадров в других видеопроизведениях? а) на стыке кадров запрещается изменение направления вектора движения объекта с правого на левое по отношению к вертикальной линии; б) резкая смена ракурсов, неожиданные точки съемок, соединяются на первый взгляд несопоставимые планы; в) отсутствие пластических фраз; г) для того, чтобы сохранилась иллюзия присутствия, используются плавные монтажные переходы.
27	Выберите правильно перечисленные основные достоинства телерекламы. а) воздействует на несколько каналов восприятия, высокая степень вовлечения потребителя, дает возможность выбирать конкретную целевую аудиторию; б) высокая степень вовлечения потребителя, краткость, воздействие на несколько каналов восприятия; в) дешевизна; г) одномоментность восприятия, иллюзия актуальности товара.
28	Какие телепрограммы запрещено прерывать рекламой? а) детские; б) религиозные; в) образовательные; г) спортивные.
29	Какие разновидности видеороликов можно выделить по критерию цели? а) видеолекция, видеоплакат; б) информативные, увещательные, напоминающие; в) коммерческие, имиджевые, социальные, вирусные; г) твердой подачи и мягкой подачи.
30	В какие дни не допускается распространение телерекламы? а) в День Памяти и скорби; б) в дни выборов в Государственную Думу; в) в дни траура в стране; г) в День Победы.
Б1.В.10 Тексты в рекламе (4 семестр)	
31	Краткое обращение к избирателям, которое становится лейтмотивом всей избирательной кампании, – это: а) цель; б) тренд; в) лозунг; г) бренд
32	Краткое обращение кандидата к избирателям, построенное по законам публичной речи и содержащее основные предложения, – это: а) слоган; б) листовка; в) тезисы; г) плакат
33	Обращение кандидата или политической партии к избирателям строится на: а) обещаниях политика; б) апелляции к власти; в) критике своих оппонентов; г) всем выше перечисленном
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	

Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)	
1	Ознакомьтесь с текстом из рекламы бренда Glenmorangie: «Чем выше перегонные кубы, тем утонченнее вкус односолодового виски. Наши перегонные кубы – самые высокие в Шотландии». В тексте использована стратегия: а) уникальное торговое предложение; б) родовая; в) ценностно-ориентированная; г) «имидж марки».
Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью (3 семестр)	
2	Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз: 1. информация в рекламе А. селективна и оптимизирована 2. информация в паблик рилейшнз Б. способствует формированию спроса на товары и услуги 3. информация в журналистике В. нацелена на объективное отражение действительности и формирование общественного мнения Ответ: 1б, 2а, 3в
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.О.28 Разработка рекламного продукта (6 семестр)	
1	На основе информации из приведённого ниже текста придумайте персонажей и ситуацию для диалога в телевизионном рекламном ролике банка. «Банк «Большие надежды» предлагает ипотечные кредиты на приобретение жилья в г. Москве. Преимущества при покупке квартиры в кредит: - возможность проживания в новой квартире уже сегодня; - размер кредита до 70% оценочной стоимости приобретаемого жилья; - при определении размера кредита учитывается совокупный доход супругов; - срок предоставления кредита до 10 лет; - оформление пакета страховых услуг». Ответ: Оптимальным решением для ролика будет выбор персонажей, обладающих разным объемом информации. Например, это могут быть две подруги, одна из которых только получила ипотечный кредит в банке «Большие надежды», а вторая задумывается над ипотекой и просит первую поделиться имеющимся опытом. В уточняющих репликах диалога могут быть раскрыты параметры кредитного предложения.
2	Ознакомьтесь с кратким описанием рекламируемого объекта. Придумайте название для товара: «Продукт: фруктовый лед без молочной основы с натуральными экстрактами трав и чая. В виде эскимо на палочке. Ценовой сегмент средний. Упаковка и название в совокупности должны создавать образ свежести, натуральности и полезности продукта. Целевая аудитория: увлекающиеся натуры, стремящиеся узнать что-то новое, попробовать, почувствовать. Увлекаются танцами, спортом, фитнесом, дайвингом, катанием на лыжах и прыжками с парашютом. Любят посещать культовые места отдыха и потреблять культовые продукты. Поддерживают хорошую физическую форму, с вниманием относятся к тому, что потребляют». Ответ: в названии важно отразить натуральность продукта и использовать лексику, близкую целевой аудитории, например, Frosty flowers, IceGreen, Ice dance.
3	Ознакомьтесь с кратким описанием рекламируемого объекта. Придумайте название для парка: «Комплекс экстремальных развлечений, включающий в себя аквапарк, искусственную гору для горных лыж и сноуборда, аэродром и вертолетную площадку, спортивные площадки и другое. Целевая аудитория: мужчины и женщины 21 – 45 лет, уровень достатка средний и выше среднего, занимающие активную жизненную позицию, увлеченные спортивным образом жизни, семьи с

	детьми, корпоративные команды. Уникальным торговым предложением для посетителей парка должна стать еженедельная игра, проводимая на его территории и за ее пределами в течение выходных дней, с привлечением имеющейся инфраструктуры развлечений парка». Ответ: в названии важно отразить уникальные особенности рекламируемого объекта и использовать лексику, близкую целевой аудитории, например, Riders Camp, Calypso.
4	«Зелёный рай» – компания, имеющая три направления деятельности: питомник, оптово-розничная торговля, услуги по озеленению и благоустройству территории. Организация более 10 лет является одним из лидеров по продаже растений в Поволжье. Компания имеет уникальный опыт и в сфере ландшафтного дизайна. География выполненных объектов распространяется на территорию всей Европейской части России. Социальные сети компании наполнялись контентом стихийно. Сейчас владелец решил систематизировать SMM-коммуникации. Придумайте 5 типов контента для страницы садового центра в социальной сети «ВКонтакте». Ответ: возможны, например, такие варианты: краткая видеоинструкция по уходу за конкретным видом растения; видеоэкскурсия по территории выполненного проекта с элементами интервью с заказчиком; текстовый пост с актуальным сезонным советом по работам в саду; пост с иллюстрациями на тему правильного соседства растений в саду; конкурс для подписчиков на самое оригинальное ландшафтное решение и т.п.
5	Автопокрасочная мастерская выводит на потребительский рынок дополнительную услугу – художественная покраска автомобилей с выполнением элементов аэрографии и уникального креативного дизайна. Опишите потенциальную целевую аудиторию данной услуги. Ответ: можно выделить несколько сегментов данной услуги, один из них, например, может быть описан следующим образом: молодые люди 25-35 лет, увлеченные темой автотюнинга, автоспорта, возможно, мечтающие участвовать в гонках. Они относятся к автомобилю как к инструменту демонстрации их имиджа, хотят, чтобы он привлекал к себе внимание уникальным дизайнерским решением. Ко второму сегменту относятся владельцы небольшого бизнеса, рассматривающие корпоративные автомобили как рекламные носители для своей компании.
Б2.В.02(П) Производственная практика, профессионально-творческая (5 семестр)	
6	В задачи СО-специалиста входит создание информационных поводов, интересных СМИ и широкой общественности. Укажите, какие источники чаще всего использует СО-специалист для решения этой профессионально-творческой задачи? Ответ: календарь праздников, в том числе профессиональных и корпоративных; коллаборации (взаимодействие с другими компаниями и ведомствами, прямыми и косвенными конкурентами); работа со стейкхолдерами (образовательными и госучреждениями, НКО, активистами и др.); создание пула корпоративных амбассадоров и ЛОМов; знание персонала компании.
7	Поясните следующую рекомендацию, которую опытные практики дают начинающим СО-специалистам: «Общаясь с журналистами, всегда думайте, что ведётся запись». Ответ: никто и никогда не может гарантировать, что информация, полученная во время приватной беседы, не будет использована журналистами в своих целях.
8	Сегодня многие СО-специалисты отмечают падение интереса журналистов к пресс-мероприятиям. Назовите возможные причины, объясняющие подобную тенденцию. Ответ: перенасыщенность информационного потока и нехватка времени посетить все предлагаемые мероприятия, недостаточно интересные и значимые информационные поводы, отсутствие эксклюзивного и качественного контента,

	наличие альтернативных источников получения информации, неверно выбранные форматы пресс-мероприятий, непрофессионализм работы СО-службы.
9	Вы работаете СО-специалистом в крупной компании. Ваш руководитель дал комментарий изданию по актуальной проблеме. Журналист прислал на согласование только прямую речь, не предоставив полный текст материала. Дайте профессиональную оценку ситуации? Правильно ли поступил журналист? Имеет ли право СО-специалист запрашивать для ознакомления/согласования весь материал? Ответ: современная профессиональная практика позволяет согласовывать только прямую речь, практика согласования всего материала (не рекламного) – порочная.
10	Ситуация: пресс-служба компании X получает журналистский запрос. Однобокое освещение темы, затронутой в запросе, может навредить компании, её финансовому положению и репутации. Насколько, по вашему мнению, будет корректно, если текст запроса и официальный ответ на него превентивно (до выхода журналистской публикации или одновременно с ней) будет размещён на сайте и/или в пабликах компании X? А после там же размещена и публикация журналиста, чтобы у заинтересованной аудитории была возможность увидеть, какой комментарий дала СО-служба и какой текст подготовил в итоге журналист? Ответ: с точки зрения закона, это допустимо, не нарушает никакие юридические нормы. Но с точки зрения реальной практики, это не будет способствовать налаживанию деловых профессиональных контактов СО-службы и журналистов.
11	Является ли перечень вопросов в официальном запросе редакции интеллектуальной собственностью журналиста, СМИ? Сопроводите ответ примерами. Ответ. Нет, перечень вопросов в официальном запросе редакции не является интеллектуальной собственностью журналиста, СМИ. Но можно привести случаи, когда раскрытие информации из журналистского запроса может привести к негативным последствиям. Например, разглашению каких-либо сведений ограниченного пользования, деталей журналистского расследования и т.п.
12	Назовите приёмы привлечения внимания журналистов к мероприятиям, организуемых СО-службами компаний? Ответ: веский информационный повод, набор интересных спикеров, эксклюзивный контент, возможность пообщаться со спикерами тет-а-тет (эксклюзивы), правильно подобранные время и место проведения мероприятий (интересные локации), выбор интересных форматов мероприятий.
13	McDonald's вышел на связь со своей аудиторией «ВКонтакте» 22 февраля 2022 г. и сообщил пользователям в спокойном дружеском тоне о приостановке деятельности компании на территории РФ. Затем постинг был приостановлен. Последним сообщением McDonald's было :«Ждем возвращения нашей компании на территории России». Текст июньской рекламы обновленного ресторана звучал так: «Есть места, которые мы хорошо знаем. И куда идём за тем самым. Тем самым вкусом. Той самой улыбкой...И качеством, за которым стоят десятки поставщиков. И стоят стеной. Название меняется, любовь остается. Те самые 162 тысячи человек уже ждут, чтобы миллионы снова сказали: «Вкусно — и точка». Объясните, почему в 2022 г. McDonald's сначала ушел с российского рынка, а затем вернулся под новым названием «Вкусно — и точка»? Дайте свою оценку новому названию сети фаст-фуда, ребрендингу в целом, коммуникативной стратегии в сложный период. Ответ: Специальная военная операция на Украине привела к санкциям и уходу ряда иностранных брендов с российского рынка. Активы компании в России приобрел франчайзи сети ресторанов Александр Говор. Но он не имел права использовать прежнее название ресторанов быстрого питания. Пришлось прибегнуть к ребрендингу. Но ему хотелось подчеркнуть преемственность, поэтому новый логотип “Вкусно- и точка” напоминает букву

	“М”.Открытие под новым названием состоялось 12 июня 2022 г., но судя по социальным сетям, новое название понравилось далеко не всем поклонникам данной сети общепита.Коммуникативную стратегию можно назвать “бесшовной” и дружественной.
14	К вам обратился владелец несетевого магазина мясных продуктов и колбас «Колбасофф» с просьбой исправить ситуацию средствами маркетинга. Вкусовые качества продукции хорошие и соответствуют ГОСТ. Магазин располагается в здании рынка «Репное» и не приносит доходов (не окупается). При этом рекламные материалы выполнены на высоком профессиональном уровне. С чего вы начнете свою работу над данным проектом? Какие советы и мероприятия предложите? Ответ: в первую очередь, необходимо провести маркетинговое исследование и изучить портрет целевой аудитории: ее геолокацию в городе, покупательские привычки и уровень доходов. Во-вторых, изучить проходимость рынка “Репное” и состав покупателей. В-третьих, сделать SWOT- анализ магазина “Колбасофф” и его ближайших конкурентов. В-четвертых, на основании, проведенных исследований, скорректировать рекламную стратегию, возможно, порекомендовать сменить местоположение торговой точки на ТЦ и скорректировать ценовую политику.
15	Представьте, что вам поручили разработать и реализовать проект «Работа-бездомным» от московской благотворительной организации «Ночлежка». Планируется ведение работы по трем направлениям: 1) поиск организаций и структур, которые могут способствовать трудоустройству бездомных; 2) оказание финансовой помощи бездомным; 3) проведение волонтерских акций в поддержку бездомных. Продумайте и охарактеризуйте ЦА проекта, предложите 1-3 месседжа и каналы распространения информации. Ответ:ЦА проекта: владельцы малого, среднего и крупного бизнеса, наемные менеджеры (руководители) различного уровня (могут выступать спонсорами и работодателями), биржи труда и социальные службы (могут способствовать поиску вакансий и решению социальных проблем бездомных), руководители и сотрудники учебных учреждений СПО и ВО (могут участвовать в профессиональной подготовке и переподготовке бездомных), просто равнодушные к проблеме люди (могут стать волонтерами и пожертвовать деньги или вещи для бездомных). Возможные месседжи: “Дом начинается с работы! Трудоустрой бездомного - дай ему шанс!” или “Можно постоянно помогать бездомным едой и деньгами, а можно помочь им один раз с трудоустройством и все остальные проблемы они решат сами”, “Нет работы-нет дома. Нет дома-нет работы. Помогите разорвать этот порочный круг!”
16	К вам обратились клиенты с вопросами: нужно ли им использовать SEO или SMM или контекстную рекламу? Подумайте и дайте конкретный ответ в каждом отдельном случае. №1. В Воронеже будет проводиться мастер-класс по фигурной стрижке деревьев 10-12 мая от известного специалиста по ландшафтному дизайну. №2. ИП Иванова хочет привлечь клиентов в свой магазин женской одежды в ТЦ «Ярмарка». №3 Интернет-магазин автозапчастей «Кореяночка» со складом в Воронеже хочет расширить базу клиентов и увеличить число заказов. Ответ: №1 Полезнее всего будет использовать контекстную рекламу, может пригодиться SMM. №2 В данном случае может быть полезным использование SMM. №3 В данном случае оптимальным может быть использование SEO и контекстной рекламы.
Б2.В.01(У) Учебная практика, профессионально-ознакомительная (3 семестр)	
17	Прочитайте отрывок из рекламного сообщения о ландшафтном парке. В чем допущена основная ошибка? «Уникальность данного парка проявляется во всем, начиная от местности, в которой он расположен, до объектов, находящихся на территории парка. Все эти объекты были созданы человеком, но, тем не менее, несут в себе не только

	культурную, но и историческую ценность. Учитывая разнообразие флоры и фауны, представленной в парке, здесь можно найти абсолютно уникальные экземпляры растительного и животного мира. Территория парка является площадкой для изучения различных процессов протекающих в естественных условиях». Ответ: В тексте говорится об «уникальности парка», «культурной и исторической ценности», «различных процессах, протекающих в естественных условиях». Но в чем выражается уникальность, ценность и разнообразие в тексте не сказано. ЦА не сможет благодаря тексту ответить на вопрос, почему важно поехать именно в этот парк. Возникает ощущение, что в основе концепции лежит ложное УТП.
18	Ознакомившись с предложенным пресс-релизом, придумайте заголовок, соответствующий требованиям к заголовкам PR-текста. На расчетный счет фонда социальной поддержки населения с февраля 2022 года поступили пожертвования от жителей области, организаций и предприятий в размере 61,65 млн рублей. 36,4 млн рублей потрачены на помощь гражданам, покинувшим места проживания в связи с СВО, а также на помощь мирным жителям Украины. На данные средства были приобретены предметы первой необходимости, одежда и обувь, приборы измерения артериального давления, школьные принадлежности, канцтовары и школьная форма, а также оплачены нотариальные услуги и услуги по переводу документов на русский язык. С момента объявления сбора денежных средств на помощь участникам СВО (с 26.09.2022) израсходовано 7,85 млн рублей на приобретение одежды и обуви, спальных мешков, предметов первой необходимости. Остаток средств в размере 17,4 млн рублей также будет потрачен на вышеуказанные цели. Департамент социальной защиты благодарит неравнодушных жителей региона, организации и предприятия, которые откликнулись на призыв о помощи. Ответ: Воронежцы перечислили более 60 млн рублей помощь участникам СВО и беженцам.
Б1.В.19 Особенности языка рекламы (8 семестр)	
19	Укажите, какие средства языковой выразительности использованы в следующем слогане: Памперс знает, что ваш малыш желает (памперсы). Ответ: Олицетворение, рифма.
20	Укажите, какие средства языковой выразительности использованы в следующем слогане: Продуманный шаг (магазин обуви). Ответ: Каламбур, основанный на полисемии – «шаг» - движение с помощью ног и «шаг» - решение о покупке.
21	Укажите, какие средства языковой выразительности использованы в следующем слогане: Япония с доставкой на дом (ресторан японской кухни). Ответ: Метонимия: «Япония» вместо «японские блюда».
22	Установите причину неудовлетворительности текста, исправьте его. Быстрое обслуживание Прекрасные подъездные пути Внимательное отношение к клиенту Даем товар на реализацию Весь товар сертифицирован. Ответ: Ошибка в организации перечня, списка однородных членов: 1) в одном ряду объединены логически неоднородные понятия и суждения (обслуживание – пути – отношение и др.); 2) в одном ряду объединены грамматически разнотипные

	конструкции: именные предложения (Быстрое обслуживание, Прекрасные подъездные пути, Внимательное отношение к клиенту), предложение глагольного типа (Даем товар на реализацию) и страдательная конструкция (весь товар сертифицирован). Необходимо разделить эти «однородные члены» на разные тематические группы. Примерная правка: Быстрое обслуживание Внимательное отношение к клиенту Возможность получить товар на реализацию Наличие у всех товаров сертификатов Прекрасные подъездные пути
23	Укажите способы языкового манипулирования в следующем примере. Dove не сушит кожу в отличие от обычного мыла. Ответ: Создание расширенного класса сравнения для утверждения уникальности товара (или импликатура: Dove – не обычное мыло).
24	Укажите способы языкового манипулирования в следующем примере. Уникальная новая тушь поднимает ресницы до 50 %. Max Factor. Ответ: Усиление утверждения путем игнорирования ограничителя «до» (до 50 % - это все, что меньше 50 %, а адресат рекламы понимает это в более сильном смысле - как конкретно 50 %).
25	Укажите способы языкового манипулирования в следующем примере. Колбаса «Московская премиум». Приготовлено без красителей и консервантов. Ответ: Перенос отрицаемых характеристик товара на конкурентные объекты (т. е. другие колбасы с красителями и консервантами).
26	Исправьте смысловые и логические ошибки в следующей рекламной фразе. Наша реклама не только эффективна, она продает! Ответ: Логическая ошибка: тождественные понятия представлены как различные: эффективная реклама и есть именно та реклама, которая «продает», продвигает товар на рынке.
27	Исправьте смысловые и логические ошибки в следующей рекламной фразе. Окна, из которых не дует из Европы. Ответ: Смысловая ошибка, возникшая в результате неверного порядка слов, надо: Окна из Европы, из них не дует.
28	Исправьте смысловые и логические ошибки в следующей рекламной фразе. Новогодние подарки в красочной упаковке весом 600 грамм. Ответ: Смысловая ошибка, возникшая в результате неверного порядка слов, надо: Новогодние подарки весом 600 грамм в красочной упаковке.
29	Проанализируйте следующий слоган, укажите его недостатки. Вам поможет устроить праздник фейерверк-проказник (реклама фейерверков). Ответ: Нарушение стихотворного ритма и неверная характеристика товара – «фейерверк-проказник».
30	Проанализируйте следующий слоган, укажите его недостатки. Мусор в голове не заменит знаний, зато с ним не скучно (реклама ночного клуба). Ответ: Абсурдное высказывание: сопоставление логически неоднородных понятий (мусор и знания). И мусор в голове не добавляет веселья.
31	Проанализируйте следующий слоган, укажите его недостатки. Наши маслИчные – самые отличные (реклама сельскохозяйственных культур, в том числе подсолнечника). Ответ: Неправильное ударение, надо: мАсличные (культуры). И плеоназм, речевая избыточность словосочетания «самые отличные»: в значение слова «отличные» уже включено значение высокой степени признака (отличные – это уже самые хорошие).
32	Проанализируйте следующий словесный товарный знак, укажите его недостатки. "Фатум" (туристическое агентство, предлагает туры в зарубежные страны).

	Ответ: Фатум – это рок, судьба. Означает predeterminedность, обреченность, что неприемлемо в названии туристического бюро, т. к. порождает негативные ассоциации: поедешь в путешествие и не вернешься из него.
33	Проанализируйте следующий словесный товарный знак, укажите его недостатки. "Гефест" (мебельный салон). Ответ: Гефест – бог-кузнец в греческой мифологии. В знак мести выковал для царицы людей и богов Геры кресло, сев в которое, она оказалась прикованной к нему несокрушимыми путями. Освободить ее смог лишь сам Гефест. Такие негативные ассоциации неприемлемы в рекламе.
34	Проанализируйте следующий словесный товарный знак, укажите его недостатки. "Милосердие" (фирма, реализующая комбикорма птичьи, свиные и для крупного рогатого скота). Ответ: Это "доброе" название наводит на мысль о крокодиле, который, прежде чем съесть жертву, поливает ее слезами.
35	Найдите, охарактеризуйте и исправьте ошибки в следующей рекламной фразе. Реализуем оптом и мелким оптом бумагу туалетную без дырки киевского производства. Ответ: 1) тавтология – оптом и мелким оптом, надо: мелким и крупным оптом; 2) разговорное выражение «без дырки», надо: бумага без втулки; 3) смысловая ошибка в результате неправильного порядка слов – «без дырки киевского производства», надо: Реализуем мелким и крупным оптом туалетную бумагу без втулки.
36	Найдите, охарактеризуйте и исправьте ошибки в следующей рекламной фразе. В продаже духи, лосьоны, крема. Ответ: Неправильно образована форма слова, неверное ударение, надо: крЕмы.
37	Найдите, охарактеризуйте и исправьте ошибки в следующей рекламной фразе. Свежие овощи и фрукты приятно порадуют горожан. Ответ: Плеоназм (лексическая избыточность), в слово «порадуют» уже включено значение «приятно», надо: Свежие овощи и фрукты порадуют горожан.
Б1.О.32 Редактирование медиатекста	
38	Какой закон формальной логики нарушен в данном тексте: «Наше турагентство организует ежедневные поездки в Москву на субботу и воскресенье»? Ответ: закон непротиворечия
39	Проанализируйте логическую структуру текста. Определите, какие законы логики нарушены автором. Вторая профессия тенора 70-летие отметил знаменитый тенор – в прошлом солист, а ныне режиссер Большого театра Алексей Масленников. Вся жизнь артиста связана с Большим, где он дебютировал еще студентом Московской консерватории в партии Юродивого в опере Мусоргского «Борис Годунов», – этот образ стал ключевым в его биографии. На Зальцбургском фестивале он успешно пел Самозванца – дирижировал сам Караян, а позднее в ГАБТе и на гастролях в спектаклях других театров – Шуйского. И все же эталонными свершениями певца считаются роль Алексея Ивановича в «Игроке» Прокофьева и интерпретация вокальной музыки Свиридова. В 1988 году он перенес на сцену Бостонской оперы «Мертвые души» Родиона Щедрина, недавно возобновил в родном театре «Моцарта и Сальери» Римского-Корсакова и готовится к постановке «Бориса Годунова» в Самаре Ответ: Нарушен закон тождества. Тема, заявленная в заголовке, в тексте не раскрыта: в тексте должен быть рассказ о второй работе певца – работе режиссера. Этому посвящен только последний небольшой по объему абзац. Отсутствует логическая связка между двумя подтемами «Масленников-певец» и «Масленников-режиссер». Нарушен закон противоречия: ключевой образ – Юродивый в «Борисе Годунове»

	или Алексей Иванович в «Игроке»?
40	Проанализируйте язык и стиль текста. Найдите и квалифицируйте речевые и стилистические ошибки. Произведите правку. Сыр. Его остроароматные ломтики придают нашему утреннему завтраку особый аппетит. «Российский», «Прибалтийский», «Пошехонский»... В витринах магазинов их янтарные головки похожи, словно двойнята. Тонкая парафиновая оболочка надежно укрывает секреты каждого. Ответ: Остроароматные – РЛ, нарушение норм лексической сочетаемости (сложное прилагательное образовано от сочетания «острый аромат»); 2) Придают аппетит завтраку – РЛ, нарушение норм лексической сочетаемости; 3) утреннему завтраку – РЛ, плеоназм; 4) Двойнята – стилистическая лексическая ошибка, неуместное использование в тексте массмедийного стиля слова с пометой «разг»; 5) укрывает секреты – РЛ, смешение паронимов; 6) секреты каждого – РЛ, речевая недостаточность. Вариант правки: Сыр. Его ароматные ломтики придают нашему завтраку особый вкус. «Российский», «Прибалтийский», «Пошехонский»... В витринах магазинов их янтарные головки похожи, словно близнецы. Тонкая парафиновая оболочка надежно скрывает секреты рецептуры каждого сорта.
41	Выявите и исправьте фактическую ошибку: «В случае с «Коммерсантом» необычен синтез двух знаков: непосредственно «Коммерсанта» и «Ъ» как сокращения. Эта «твердость» (ять) в названии несет мощную смысловую нагрузку». Ответ: Ъ – ер (старое название буквы ъ «твердый знак»).
Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью (3 семестр)	
42	Ознакомившись с отрывком из предложенного пресс-релиза, придумайте заголовок, не создающий незапланированной двусмысленности и соответствующий требованиям к заголовкам PR-текста.

 MTS RUS
 


18:41

82 % 



12




ПРЕСС-СЛУЖБА ГУБЕРНАТОРА И ПРАВИТЕЛЬСТВА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

12 августа 2019 г

*Информацию подготовила: Наталья
Кухта,
238-68-70, kuhta@nso.ru*

**Триста человек в Каргатском районе на
форуме «Земляки» занялись любовью к малой
родине**

Любовь к малой родине, изучение истории Новосибирской области стали основными темами IV межрайонного молодежного форума «Земляки». Форум прошел 8-9 августа в Каргатском районе при поддержке министерства региональной политики Новосибирской области и министерства образования региона.

Заместитель министра региональной политики Новосибирской области Светлана Шибаева отметила, что такое мероприятие имеет большую значимость для патриотического воспитания молодежи. «Это яркое событие в палитре общественных проектов. Спортивные соревнования, дискуссии, творческие конкурсы, представление истории родного края и







Образец ответа: например, Патриотический форум «Земляки» состоялся в Каргатском районе. Заголовок должен отвечать следующим требованиям, предъявляемым к заголовкам PR-текста: 1) объем до 9 слов (вкл.); 2) упоминание события или субъекта PR; 3) желательно наличие заковыченной информации; 4) заголовок не должен начинаться с предлога и т.д.

Профессиональная компетенция ПК-3

ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

Дисциплины (модули) (блок 1):

Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)

Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ (5 семестр)

Б1.В.18 Брендинг (6 семестр)

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (8 семестр)

Практики (блок 2):

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектная) (6-7 семестр)

Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)

Закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности)	
Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)	
1	Интегрированные маркетинговые коммуникации это: а) коммуникационный процесс; б) многоканальная синхронизированная коммуникация, объединяющая в единое целое связи с общественностью, рекламу, стимулирование сбыта и прямой маркетинг; в) двусторонние связи
2	Реклама может: а) сформировать потребность; б) проинформировать о путях удовлетворения потребности; в) скорректировать имеющуюся потребность; г) развить потребность.
3	За формирование общественного мнения отвечает: а) direct mail; б) реклама; в) public relations; г) мерчандайзинг; д) корпоративная культура
Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ (5 семестр)	
4	Какой метод исследований наилучшим образом подходит для тестирования нового рекламного ролика? а) исследование mystery shopping (таинственный покупатель); б) фокус-группа; в) опрос в местах продаж; г) почтовый опрос.
5	Ротация панели в соответствующих маркетинговых исследованиях – это: а) замена части респондентов в ходе панельного исследования; б) замена параметров отбора респондентов в ходе панельного исследования; в) замена территории проведения панельного исследования; г) увеличение/уменьшение объема выборки при панельном исследовании
6	По жестко структурированному инструментарию проводятся: а) качественные исследования; б) количественные исследования; в) количественные и качественные исследования.
7	Вторичные маркетинговые исследования – это: а) маркетинговые исследования, основанные на поиске и анализе ранее опубликованных материалов и результатов исследований по изучаемой проблематике; б) повторно проведенные исследования по изучаемой проблематике по апробированному инструментарию; в) дополнительно проведенные исследования для уточнения некоторых параметров/вопросов по изучаемой проблематике.
8	Какие требования при проведении маркетингового исследования предъявляются к выборке (выборочной совокупности)? а) случайность формирования; б) способность отражать всю генеральную совокупность; в) достаточность для получения статистически значимых данных; г) все вышеприведенные ответы
Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)	

8	Коммуникативной является следующая цель: а) рост продаж; б) увеличение узнаваемости бренда; в) увеличение потребления продукта.
9	К основным характеристикам целевой аудитории относятся: а) демографические; б) эстетические; в) физиогномические
10	К условию репрезентативности выборки относится: а) соответствие структуре генеральной совокупности; б) размер не менее 700 человек; в) случайность отбора респондентов.
Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)	
Б1.В.18 Брендинг (6 семестр)	
1	Как можно назвать процесс взаимодействия компаний «Puma» и «Союзмультфильм» при разработке и выпуске кроссовок коллекции «Puma Suede», на которых были изображены герои мультфильмов «Винни-Пух» и «Ну, погоди!». а) кросс-промоушн; б) реферальная программа; в) коллаборация; г) монетизация.
Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ (5 семестр)	
2	Распределите в логическую цепь следующие пункты маркетингового исследования: 1. Сбор информации. 2. Отбор источников информации. 3. Выявление проблем и формулирование целей исследования. 4. Анализ собранной информации. 5. Представление полученных результатов. Ответ: 3-2-1-4-5.
3	Расставьте в правильной последовательности операции, составляющие процесс маркетингового исследования: 1. Рекомендации. 2. Получение первичной информации. 3. Определение проблемы. 4. Исследование результатов. 5. Сбор вторичной информации. Ответ: 3-5-2-4-1
4	Распределите в логическую цепь следующие этапы процесса принятия решения о покупке: 1. Решение о покупке. 2. Поиск информации. 3. Осознание проблемы. 4. Реакция на покупку. 5. Оценка вариантов. Ответ: 3-2-5-1-4
Б2.В.03(П) Производственная практика, проектная (7 семестр)	
5	Нужно ли учитывать такой параметр ЦА, как географическое положение, если вы хотели бы стать блогером? Ответ: Да. Если вы пишете для русских читателей, то и писать будете на русском языке, если для зарубежья, то соответственно и язык поменяется.
6	Вы хотите составить портрет своей целевой аудитории. Можно ли считать представленное описание портретом ЦА: «Екатерина, 31 год. Замужем, дети: 3 года и 7 лет. Работает менеджером по персоналу в крупной компании. Ходит на

	пилатес». Ответ: Да, можно. Портрет ЦА - это описание конкретного представителя сегмента, идеального клиента.
7	Вам предстоит организовать День открытых дверей в университете. Чтобы провести мониторинг отзывов участников, когда необходимо подготовиться к нему? До мероприятия? После него? Ответ: До мероприятия. Например, подготовить анкеты, которые нужно будет раздать гостям мероприятия.
Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)	
8	Определите соответствие названий теорий массовой коммуникации и их содержания: 1. Теория искажения новостей 2. Теория урегулирования повестки дня 3. Теория обретения пользы и удовлетворения 4. Теория зависимости А. Аудитория, СМИ, общество в целом представляют собой сложную систему взаимодействия. Б. Аудитория отбирает сообщения в соответствии со своими целями, потребностями, интересами. В. Отражение внешнего мира в человеческом сознании искажено, что усугубляется ошибками и ограниченностью журналистов, формирующих новостную картину мира. Г. Новости подвергаются тщательному отсеву и распределяются в соответствии с той степенью важности, которая им предназначается СМИ. Д. «Лидеры мнений» имеют в свою очередь собственных «лидеров мнений» и обращаются к ним за информацией. Инструкция: ответ представьте в виде соответствия номера теории (цифрой) и содержания (прописной/большой буквой) через запятую, например, 1В, 2А, ... В вариантах ответов о содержании теорий один пункт лишний. Ответ: 1В, 2Г, 3Б, 4А
9	Расставьте очередность нижеперечисленных этапов процесса планирования коммуникации: А. определение целевой аудитории Б. определение маркетинговых целей В. выбор средств коммуникации Г. определение содержания сообщений Инструкция: ответ напишите, используя прописные (большие) буквы, обозначающие вариант ответа и правильный порядок операций (через запятую), например, В, Б, А. Ответ: Б, А, В, Г
10	Производитель безалкогольных напитков проводит акцию «Найди приз под крышкой», данная акция активно поддерживается в медиа и в местах продаж (промоутеры, стикеры и т.д.). Одной из наград победителю является билет на концерт известной рок-группы, который спонсирует производитель. Данный тип продвижения относится к технологиям _____ (напишите название). Инструкция: напишите аббревиатуру прописными (большими) буквами Ответ: BTL
11	В состав маркетинговых коммуникаций входят такие элементы, как _____ (укажите четыре основных) Инструкция: напишите названия элементов по-русски, полностью, со строчной (маленькой) буквы, через запятую Ответ: реклама, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, связи с общественностью

12	Те, кто управляет средствами массовой информации, управляют обществом, поскольку СМИ имеют прямое, непосредственное и мощное воздействие на тех, кто обращает внимание на их содержание. Воздействие СМИ на людей подобно пуле или действию шприца, впрыскивающего сильнодействующее средство в организм человека. Это определение соответствует теории коммуникации, которая называется _____ Инструкция: напишите название концепции с прописной (большой) буквы Ответ: Волшебной пули или шприца
13	В основе теории информационных барьеров лежит предположение, что прохождение информации по некоторым каналам коммуникации зависит от наличия в них «ворот» (аналога цензуры), которые в свою очередь управляются некими _____. Инструкция: напишите, как образно называют таких «управляющих» (по-русски, со строчной (маленькой) буквы, в творительном падеже). Ответ: привратниками
Открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности)	
Б1.В.18 Брендинг (6 семестр)	
1	Как вы считаете, почему в 2013 г. города Камышин и Соль-Илецк вступили в борьбу за право называться арбузной столицей России, а города Челябинск и Чебаркуль в суде отстаивали свое право на упавший метеорит? С каким видом брендинга это связано? Ответ: Территориальный брендинг. Использование для претворения в жизнь «колеса бренда» (ценности, видение, философия, айдентика и т.п.).
2	Основанная в 1802 г. американская химическая компания «DuPont de Nemours», разработала политетрафторэтилен, более известный под своим брендовым названием «Teflon». «Teflon», благодаря низкому коэффициенту трения и высокой химической стойкости находит широкое применение во многих отраслях. Самый распространенный пример — сковороды и скатерти, имеющие тефлоновое покрытие. Ответьте, к какому виду брендов можно отнести «Teflon»? И как называется принцип продвижения, при котором логотип бренда «Teflon» присутствует на упаковке сковороды «Tefal»? Ответ: Ингредиентный брендинг. Метод «проталкивания».
3	Что такое франчайзинг? Объясните и приведите пример франшиз. Ответ: Франчайзинг – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами за право действовать от имени франчайзера за определенное вознаграждение (роялти). Например, «Бургер Кинг».
Б2.О.01(Пд) Производственная практика, преддипломная (8 семестр)	
4	В книге «Relationship Marketing» Реджис МакКенна рассказывает, что, проводя исследование для клиента, выполнял работу продавца – стоял у прилавка и наблюдал, как покупают калькуляторы. Он заметил, что люди взвешивали их на ладони, очевидно, полагая, что в более тяжелых и «наворотов» больше. Тогда он посоветовал клиенту увеличить вес изделий за счет каких-нибудь технически бесполезных деталей. Какой метод сбора информации был использован в данном примере? Ответ: Включенное наблюдение.
5	Вы приступаете к работе кризисного управляющего кинотеатром. В рамках первичного ситуационного анализа какую доступную информацию Вы постараетесь получить? Ответ: количество проданных билетов за интересующий период; наиболее популярные среди зрителей дни недели, конкретное время; стоимость билетов; востребованность дополнительных услуг.
Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ (5 семестр)	

6	Поскольку в ситуационной задаче приводится цитата из размышлений Питера Ф.Друкера, то единственного верного ответа нет. Несмотря на это, современная маркетинговая практика подсказывает направление ответа, который должен быть подкреплён соответствующими аргументами. При оценивании учитывается 1) понимание сути описываемой маркетинговой проблемы, её основных участников и взаимоотношений между ними, 2) близость к наиболее распространённой в современной практике трактовке описываемой проблемы, 3) способность дать авторскую оценку и прокомментировать проблему. Задание 1. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «То, что сотрудникам фирмы кажется, что они знают о покупателе и рынке, скорее неверно, чем правильно». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
7	Задание 2. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Есть только один человек, обладающий действительными знаниями, – это покупатель». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
8	Задание 3. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Покупатель часто приобретает то, что ему продается». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
9	Задание 4. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Товары (услуги), рассматриваемые изготовителем в качестве непосредственных конкурентов, часто совпадают с подлинными конкурентами». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
10	Задание 5. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Никто не платит за сам товар, платят за пользу, удовлетворение от него». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
11	Задание 6. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Рассматриваемое изготовителями и продавцами продукции свойство продукции как важнейший отличительный признак данной продукции может оказаться сравнительно малозначимым для потребителя». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
12	Задание 7. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Рассматриваемое изготовителями и продавцами продукции свойство продукции как важнейший отличительный признак данной продукции может оказаться сравнительно малозначимым для потребителя». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
13	Задание 8. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Покупателя интересуют трудности и проблемы производителя товаров (услуг)». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
14	Задание 9. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Производители в рекламных объявлениях стремятся заострить внимание на сложности и трудоемкости изготовления того или иного изделия. И уверены, что покупатель не размышляет: «Если это настолько трудно было сделать, вряд ли машина будет работать как следует». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
15	Задание 10. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях

	маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Ни один отдельно взятый товар или отдельно взятая фирма не обладают исключительной важностью для рынка». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
16	Задание 11. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Покупатель проявляет безразличие к конкретной фирме или отрасли промышленности». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
17	Задание 12. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Рынок - это жесткий работодатель, способный уволить даже самого верного слугу, не выделив ни копейки на выходное пособие». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
18	Задание 13. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Внезапный крах крупной компании серьезно огорчит служащих и поставщиков, банки, профсоюзы и правительства. Но на глади рынка даже ряби можно не разглядеть». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
19	Задание 14. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Бизнесмен рассматривает свою компанию и ее продукцию как центр всего, а покупатель может вовсе не замечать ни первое, ни второе». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
20	Задание 15. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Покупателем является не тот, кто платит, а кто вырабатывает и определяет решение о покупке». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
21	Задание 16. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Минимальное количество потребителей, обладающих решающим воздействием на принятие решения о покупке, равно двум: непосредственный покупатель (конечный пользователь) и канал сбыта». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
22	Задание 17. Опираясь на размышления Питера Ф. Друкера о современных реалиях маркетинга, согласитесь или опровергните следующее утверждение: «Каждый бизнес определяется в зависимости от своей ориентации на рынок, покупателей или конечное использование». Обоснуйте в нескольких предложениях свой ответ.
Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций (4 семестр)	
23	Кейс Репозиционирование винодельческой компании на основе результатов исследования. Региональная компания — производитель натуральных вин в среднем ценовом сегменте — решает изменить маркетинговую стратегию. Качество продукта объективно более высокое, чем у конкурентов; известность в регионе достаточно широкая (по результатам исследований, марка входит в десятку лидеров по узнаванию), представленность в торговой сети — неплохая (согласно собственным социологическим данным, $\frac{3}{4}$ посетителей винных магазинов и специализированных отделов в супермаркетах указали, что продукция компании в торговых точках представлена всегда). Отдел маркетинга предложил руководству компании произвести репозиционирование и перенести марку в сегмент «премиум». Рекламному агентству сделали заказ на изменение дизайна этикетки — она должна в большей степени соответствовать новому сегменту. А затем — на проведение коммуникационной кампании. Основной акцент планировалось сделать на BTL-мероприятиях. Перед началом коммуникационной кампании решено провести исследование. Его задачи — оценка возможности перевода марки в сегмент «премиум» и установление оптимальной цены. Кроме того, необходимо было

	оценить уровень известности и потребления марок заказчика и его конкурентов, стереотипы в отношении вин местного производства. Какова оптимальная методика проведения исследования? Укажите метод и параметры, а также то, как в данном случае может быть применена методика price sensitivity meter (PSM). Ответ: В качестве метода исследования оптимален опрос покупателей в местах продаж в форме личного интервью. Продолжительность интервью не должна превышать 5–7 минут. Методика price sensitivity meter (PSM) позволяет определить приемлемый для потребителя диапазон цены исходя из воспринимаемой ценности продукта. Результаты исследования позволят определить перспективы перехода в новый ценовой сегмент на основе мнений и предпочтений представителей целевой аудитории.
24	Кейс Формирование положительного имиджа предприятия Местный производитель колбасной продукции намерен активизировать работу в направлении формирования положительного имиджа предприятия. В связи с этим предполагается провести исследование для выявления представлений потребителей об «идеальном» предприятии-производителе колбасной продукции. Компания обращается в специализированное агентство. Цели и задачи исследования сформулированы заказчиком следующим образом: 1. Определение основных характеристик имиджа предприятия-производителя колбасной продукции, наиболее привлекательных для потребителей. 2. Выявление наиболее значимых для потребителя характеристик идеального образа предприятия-производителя колбасной продукции (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, месторасположение, маркетинговая политика и т.п.). 3. Характеристика существующих представлений потребителей о предприятии (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, месторасположение, маркетинговая политика и т.п.). 4. Сравнительный анализ характеристик идеального предприятия и характеристик предприятия (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, месторасположение, маркетинговая политика и т.п.). 5. Разработка рекомендаций по формированию привлекательного для потребителя образа предприятия. Какие методы исследования оптимальны в данном случае? Ответ: Оптимально использование (сочетание) качественных и количественных методик. На первом этапе будет проведено качественное исследование (серия фокус-групп: не менее трех) – решение первой задачи. На втором этапе – количественное исследование (массовый опрос по стандартизированной анкете) – решение задач второй и третьей. Третий этап – заключительный. Он включает корреляционный анализ полученных результатов и решение задач четвертой и пятой.
25	Кейс Изменение общественного мнения В некой отдаленной местности, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство крупного химического комбината. В силу ряд причин (удобного транспортного расположения, близости разведанных запасов сырья для химической промышленности и т.п.) химической корпорации «Химпром» строительство гиганта «большой химии» именно в данной местности очень выгодно. Однако население (общественность) от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п. В дело вступают корпоративные специалисты по связям с общественностью. Их задача – воздействовать на общественность для того, чтобы сделать ее отношение к строительству комбината лояльным. Без взаимных уступок здесь не обойтись –

	компания будет вынуждена потратить определенные деньги на совершенствование своего замысла, общественности придется поступиться рядом стереотипов поведения. Все шаги «Химпрома» должны быть открытыми и гласными, намерения – позитивными, обещания – однозначно выполнимыми. Какие мероприятия в рамках PR-кампании будут наиболее эффективными для достижения компромисса интересов компании и общественности. Ответ: Достичь компромисса интересов «Химпрома» и общественности позволят такие мероприятия, как: пресс-конференции руководства компании с участием местных (региональных) СМИ, блогеров, серия круглых столов с привлечением местных общественных организаций, интервью с экспертами, в т.ч., в сфере экологии, публикация в СМИ и социальных медиа репортажей из других регионов, где уже работают аналогичные химические предприятия, разработка и реализация «Химпромом» экологической акции (разбивка парка, оборудование рекреационных зон и т.п.).

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

3) открытые задания (ситуационные, расчетные, мини-кейсы, средний уровень сложности):

- 5 баллов – задание выполнено верно (получен правильный ответ, обоснован (аргументирован) ход выполнения (при необходимости));
- 2 балла – выполнение задания содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода его выполнения (если оно было необходимым), или задание выполнено не полностью, но получены промежуточные (частичные) результаты, отражающие правильность хода выполнения задания, или, в случае если задание состоит из выполнения нескольких подзаданий, 50% которых выполнено верно;
- 0 баллов – задание не выполнено или выполнено неверно (ход выполнения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее его изучение).

Приложение 10.1

Календарный график освоения элементов образовательной программы

	Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4	
Комп етен ция	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
УК-1				Б1.О.01 Философия				Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификацион ной работы
УК-2					Б1.В.03 Основы права и противодействи е противоправном у поведению Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа	Б1.О.26 Регулирова ние в маркетинго вых коммуника циях Б1.О.34 Управлени е медиапрое ктами	Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ	Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственног о экзамена
УК-3			Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвит ия Б1.В.ДВ.02. 03 Тренинг общения для лиц с ОВЗ	Б1.В.ДВ.06.03 Правовые и организационные основы добровольческой (волонтерской) деятельности				Б1.В.ДВ.05.03 Тренинг конструктивног о взаимодействия будущих специалистов с ОВЗ
УК-4	Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.19 Основы теории коммуникации Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации	Б1.О.03 Иностранны й язык Б1.В.06 Речевое воздействие Б1.О.07 Современны й русский язык	Б1.О.03 Иностранны й язык Б1.О.07 Современн ый русский язык	Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.07 Современный русский язык Б1.В.ДВ.06.01 Принципы ведения переговоров	Б1.О.11 Стилистика			Б1.О.30 Риторика Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификацион ной работы
УК-5	Б1.О.02 История России Б1.О.36 Основы российской государственн ости	Б1.О.02 История России Б1.В.22 История рекламы и связей с общественн остью		Б1.О.01 Философия			Б1.В.01 Культурология	
УК-6			Б1.В.05 Психология личности и ее саморазвит ия					
УК-7	Б1.О.05 Физическая культура и							

Компетенция	Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4	
	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
	спорт							
УК-8					Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности			
УК-9				Б1.О.08 Экономика и финансовая грамотность				
УК-10					Б1.В.03 Основы права и противодействие противоправному поведению			
ОПК-1	Б1.О.18 Технологии медиатворчества Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации	Б1.О.18 Технологии медиатворчества Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.07 Современный русский язык	Б1.О.18 Технологии медиатворчества Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.07 Современный русский язык	Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.07 Современный русский язык	Б1.О.11 Стилистика	Б1.О.28 Разработка рекламного продукта Б1.О.32 Редактирование медиатекста		Б2.О.01(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
ОПК-2		Б1.О.14 Основы рекламы Б1.О.17 Основы связей с общественностью			Б1.О.09 Политология	Б1.О.23 Медиаартифакты		Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
ОПК-3	Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы	Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы		Б1.О.12 История искусства			Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций	
ОПК-4				Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций		Б1.О.23 Медиаартифакты Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций Б1.О.34 Управление медиапроектами	Б1.О.24 Психология массовых коммуникаций	Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-5	Б1.О.13 Основы журналистики Б1.О.19 Основы теории коммуникации				Б1.О.22 Медиаэкономика Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа	Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях	Б1.О.29 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью	
ОПК-6	Б1.О.16 Компьютерные технологии Б1.О.15 Техника и							

Компетенция	Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4	
	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
	технология средств массовой коммуникации							
ОПК-7	Б1.О.13 Основы журналистики		Б1.О.31 Медиапланирование			Б1.О.28 Разработка рекламного продукта	Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью	Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
ПК-2		Б2.В.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью Б2.В.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная) Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе Б1.В.ДВ.02.02 Визуализация проекта	Б1.В.10 Тексты в рекламе Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая)	Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая)	Б1.О.32 Редактирование медиатекста	Б1.В.17 Создание рекламного ролика	Б1.В.19 Особенности языка рекламы Б1.В.20 Особенности языка связей с общественностью Б1.В.ДВ.03.01 Тексты и документооборот Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
ПК-1		ФТД.01 Социальная реклама	Б1.В.ДВ.04.02 Выставочная деятельность Б1.В.12 Специальное событие Б1.В.11 Наружная реклама Б1.В.ДВ.04.01 Политическая реклама Б1.В.ДВ.02.01 Фотография в рекламе Б1.В.ДВ.02.02 Визуализация проекта	Б1.В.07 Реклама в интернете Б1.В.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая) Б1.В.ДВ.06.02 Принципы устойчивого развития компании	Б1.В.08 Связи с общественностью в интернете Б1.В.23 Организация работы отдела рекламы Б1.В.21 Организация работы отдела связей с общественностью Б2.В.02(П) Производственная практика (профессионально-творческая)	Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании Б2.В.03(П) Производственная практика (проектная) Б1.О.34 Управление медиапроектами	Б1.В.13 Организация и проведение коммуникационной кампании Б1.В.16 Реклама в сфере применения Б2.В.03(П) Производственная практика (проектная) Б1.В.15 Технология производства в рекламе и связях с общественностью Б1.В.17 Создание рекламного ролика ФТД.02 Инновационные технологии в связях с общественностью Б1.В.ДВ.07.01 Политические технологии в	Б2.О.01(Пд) Производственная практика (преддипломная) Б1.В.14 Связи с общественностью в сфере применения Б1.В.ДВ.03.02 Этикет и имидж Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Б1.В. ДВ.05.01 Корпоративная культура Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Комп етен ция	Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4	
	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
							рекламе и связях с общественност ью	
ПК-3				Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций Б1.В.ДВ.06.02 Принципы устойчивого развития компаний	Б1.В.04 Маркетинговое обеспечение проектов в сфере рекламы и связей с общественность ю	Б1.В.18 Брендинг Б2.В.03(П) Производст венная практика (проектная)	Б2.В.03(П) Производствен ная практика (проектная) Б1.В.ДВ.01.01 Игровые технологии в рекламе и связях с общественност ью Б1.В.ДВ.07.02 Политический маркетинг Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм	Б2.О.01(Пд) Производственн ая практика (преддипломная) Б1.В.ДВ.05.02 Нейминг в массовой коммуникации Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственног о экзамена Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификацион ной работы

Приложение 10.2

Календарный график формирования компетенций

[illegible]