

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ИЛЛОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕС – ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра Рекламы и связей с общественностью**

**Фонд оценочных средств оценки результатов освоения  
основной профессиональной образовательной программы  
по направлению подготовки  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность: Цифровая коммуникация**

**Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден  
на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью  
Протокол № 6 от «12» января 2021 года**

**Зав. кафедрой  
кандидат культурологии, доцент  
Чилингир Елена Юрьевна**

**Москва 2021 г.**

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий**

**Индикатор УК-1.1. Проводит исследование проблемной ситуации, определяя факторы внешней и внутренней среды.**

**Индикатор УК-1.2. Критически анализирует проблемные ситуации, оценивает их последствия на реализацию стратегии развития предприятия**

**Индикатор УК-1.3. Применяет системный подход для выявления и оценки проблемных ситуаций**

**Индикатор УК-1.4. Вырабатывает стратегию действий по устранению проблемных ситуаций**

**1.Гипотеза представляет собой:**

**а) Форму знания, содержащую предположение, сформулированное на основе ряда фактов.**

б) Знание в форме научной гипотезы.

в) Научная догадка.

г) Связующее звено между теорией и догадкой.

**2.Проблема – это:**

**а) Форма знания, содержанием которой является то, что еще не познано человеком, но, то, что нужно познать.**

б) Характер мышления той эпохи, в которой формируется проблема.

в) Уровень знания тех проблем, которых касается возникновение проблемы.

г) Решение какой – либо проблемы в момент возникновения, когда знание не возникло.

**3.Проблемными ситуациями в науке называют:**

**а) Противоречие, или несоответствия между новыми фактами и старыми методами их объяснения.**

б) Фоновое, или предпосылочное знание, принимаемое как заранее заданное.

в) Фундаментальные теории и стандарты рассуждений.

г) Эмпирические факты и теоретические схемы новых знаний.

**4.Выберите что определяет способ и решение проблемы.**

**а) Характер мышления эпохи.**

**б) Уровень знания о тех объектах, которых касается возникшая проблема.**

- в) Недостаточность и ограниченность прежних научных проблем.
- г) Ошибочность старых теорий.

**5. Главной трудностью информационного обеспечения является**

- а) Обоснованный отбор так называемой излишней информации**
- б) Накопление наибольшего объема информации.
- в) Проверка истинности информации.
- г) Распространение информации.

**6. Выберите три компонента, с помощью которых описывают познавательную деятельность.**

- а) Системы объектов.**
- б) Системы знаний.**
- в) Системы действий.**
- г) Система анализа.

**7. Выберите правильные ответы компонентов рациональности.**

- а) Законосообразность и целенаправленность.**
- б) Целесообразность и результативность.**
- в) Безошибочность и практичность.
- г) Все перечисленное.

**8. Для решения научной задачи требуется**

- а) Преобразование имеющегося знания.**
- б) Получение нового знания.**
- в) Постановка неопределенных вопросов.
- г) Выбор определенных вопросов.

**9. При вербальном описании проблемной ситуации наиболее важным оказывается то,**

- а) Какими понятийными средствами отображается проблемная ситуация.**
- б) Насколько научным языком она излагается.
- в) Какова краткость изложения проблемы.
- г) Насколько корректно изложение проблемы.

**10. Всякая картина мира, используемая при формировании теоретической схемы проблемы, выполняет функции**

- а) Организации, отбора и оценки эмпирических данных.**
- б) Процесс познания проблемной ситуации.
- в) Учет акцентов в теории, противоречащей новому знанию.
- г) Противопоставление эмпирических знаний теоретическим.

**11. Наиболее важными факторами, определяющими процесс формирования проблемы, являются следующие:**

- а) Методологические установки и ценностные ориентации.
- б) Стиль мышления и картина мира.
- в) Концептуальный аппарат и используемый язык.
- г) **Все перечисленные.**

**12. SWOT – анализ заключается в:**

**а) Разделение факторов и явлений на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы.**

б) Определении идеологии как господствующее в данной организации представление о ее предназначении.

- в) Адекватном и полном понимании сильных и слабых сторон организации.
- г) Верны все ответы.

**13. Метод «ПАТТЕРН» является:**

- а) **Одним из методов групповой заочной экспертной оценки.**
- б) Методом анализа научных проблем.
- в) Теоретического осмысления эмпирических данных.
- г) Методом субъективной оценки научной проблемы.

**14. Метод «ПАТТЕРН» основан на:**

**а) Принципе деления сложной проблемы на более простые подпроблемы до тех пор, пока каждая проблема не сможет быть всесторонне и надежно количественно оценена экспертами.**

б) На систематизации энциклопедических знаний, на основе новой эмпирической информации.

- в) Исключительно для решения военных проблем.
- г) Выбора критериев оценки проблемной ситуации.

**15. Метод «ДЕЛЬФИ» называют методом сценариев, которые**

**а) Позволяют идентифицировать возникающие возможности, позволяя лицам, принимающим решения, проверять стратегии, развивать альтернативы.**

- б) Предсказывать возможный ход развития событий.
- в) Выбирать варианты будущего планирования.

г) Разработка сценариев возможного развития различных процессов в производственной деятельности.

16. Дайте определение научному исследованию применительно к сфере коммуникации.

17. Сформулируйте требования к результатам научного исследования.
18. Выделите особенности научного исследования в сфере коммуникации.
19. Определите основные типы научных исследований.
20. Охарактеризуйте основные этапы научного исследования.
21. Определите степень новизны научного исследования.
22. Определите степень значимости научного исследования.
23. Выделите основные требования к соблюдению научной этики.
24. Проанализируйте проблему выбора темы научного исследования.
25. Проанализируйте проблему определения актуальности темы научного исследования.
26. Охарактеризуйте процесс определения целей и задач конкретного научного исследования.
27. Охарактеризуйте процесс определения рамок исследования.
28. Сформулируйте принципы выделения первичных источников исследования.
29. Сформулируйте принципы выделения вторичных источников научного исследования.
30. Охарактеризуйте процесс составления библиографии.
31. Охарактеризуйте процесс составления обзора научной литературы.
32. Охарактеризуйте логический и исторический методы научного исследования.
33. Охарактеризуйте метод системного анализа в научном исследовании.
34. Сформулируйте краткие характеристики количественных методов научного исследования.
35. Сформулируйте краткие характеристики качественных методов исследования.
36. Составьте последовательность действий по сопоставлению результатов исследований с рабочей гипотезой.
37. Составьте последовательность действий по анализу расхождения и уточнения гипотезы.
38. Выделите требования к формулировке выводов научного исследования.
39. Выделите требования к определению значимости и научной новизны исследования

**УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла**

**Индикатор УК-2.1. Определяет цель и задачи проекта.**

**Индикатор УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений**

**Индикатор УК-2.3. Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта**

**Индикатор УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта**

**Индикатор УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта**

**1. Анализ деятельности и развитие команды проекта включает ...**

- а) **формирование отчетов об исполнении работ проекта**
- б) разработку концепции управления персоналом
- в) создание финального отчета
- г) расформирование команды

**2. Анализ и регулирование изменений в проект не включает следующие действия ...**

- а) обзор и анализ динамики изменений в проекте
- б) текущую оценку изменений в проекте и достигнутых, в связи с этим результатов
- в) корректирующие действия
- г) **заключительный отчет о фактических изменениях в проекте**

**3. В задачи группы, занятой предынвестиционными исследованиями, как правило, входит:**

- а) **отсев заведомо неприемлемых идей;**
- б) **детальный анализ предложений, признанных заслуживающими дальнейшей проработки;**
- в) **оценка жизнеспособности проекта;**
- г) **оценка экономической эффективности проекта;**

**4. В проекте наиболее критичны ресурсы, в то время как сроки и стоимость менее важны. Что лучше выполнить:**

- а) **Выравнивание ресурсов расписания**
- б) Быстрый проход.
- в) Анализ методом Монте-Карло
- г) Анализ ABC

**5. Во время какой фазы жизненного цикла создается Устав проекта:**

- а) **Инициации**
- б) Планирования
- в) Исполнения
- г) Координации

**6. Выберите правильное определение вехи проекта:**

а) **Событие, дата или контрольная точка, обозначающее достижение важных промежуточных результатов.**

- б) Период завершения важных работ проекта.
- в) Оценка промежуточных результатов, не имеющая длительности.

**7. Диаграмма Ганта – это ...**

а) **горизонтальная линейная диаграмма, на которой работы проекта представляются протяженными во времени отрезками, характеризующимися временными и другими параметрами**

б) документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта  
графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта

- в) дерево ресурсов проекта
- г) организационная структура команды проекта

**8. Для кого предназначается бизнес-план?**

**менеджеры;**

- а) **кредиторы**
- б) потребители продукции проекта
- в) деловые партнеры
- г) проектировщики

**9. Для оценки жизнеспособности проекта сравнивают варианты проекта с точки зрения:**

- а) **сроков реализации**
- б) простоты реализации;
- в) их стоимости;
- г) их прибыльности;

**10. Задачи, которые включает формирование концепции проекта:**

- а) **Анализ проблемы и потребности в проекте**
- б) Утверждение окончательного бюджета проекта
- в) Подписание контрактов и контроль за их выполнением

**11.Замысел инвестора реализуется в форме:**

а) Декларации о намерениях, а также задания на разработку предпроектных обоснований инвестиций

б) Ходатайства о намерениях

в) резюме проекта

г) рекомендаций по проекту

**12. Завершающая стадия планирования предметной области проекта**

а) построение структурной декомпозиции предметной области проекта

б) анализ текущего состояния и уточнением целей и результатов проекта

в) уточнение основных характеристик проекта

г) анализ и корректировка ограничений и допущений, принятых на стадии инициации проекта

д) выбор критериев оценки промежуточных и окончательных результатов создания проекта

**13.Индекс выполнения сроков 87% означает:**

а) Выполняется 87% запланированного объема

б) Проект будет задержан по времени на 87%

в) По завершению проект выполним лишь на 87% объема

г) Все ответы верны

**14.Инновационные проекты отличаются ...**

а) высокой степенью неопределенности и рисков

б) целью проекта является получение прибыли на вложенные средства

в) необходимостью использовать функциональные организационные структуры

г) большим объемом проектной документации

**15. Инвестиции целесообразны в том случае, если период окупаемости ...**

а) не выходит за рамки жизненного цикла проекта

б) меньше 3 лет

в) выходит, за рамки жизненного цикла проекта

г) не определен

**16.Инициация проекта – это стадия процесса управления проектом, результатом которой является ...**

а) санкционирование начала проекта

б) утверждение сводного плана

в) окончание проектных работ

г) подведение итогов проекта



**17. Какие существуют ограничения при реализации проекта?**

- а) финансовые**
- б) культурологические
- в) социальные
- г) исследование ситуации и развития компании

**18. Какие факторы сильнее всего влияют на реализацию проекта?**

- а) Экономические и правовые**
- б) Экономические и социальные
- в) Экономические и организационные
- г) Правовые и социальные

**19. Какой из перечисленных пунктов не относится к управлению стэйкхолдерами:**

- а) Выделение стэйкхолдерам дополнительных льгот**
- б) Идентификация и определение потребностей стэйкхолдеров.
- в) Управление ожиданиями стэйкхолдеров и привлечение в проект.
- г) Нет верных ответов

**20. Календарный план – это ...**

**а) документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их взаимосвязь, последовательность и сроки выполнения, продолжительности, а также исполнителей и ресурсы, необходимые для выполнения работ проекта**

- б) сетевая диаграмма
- в) план по созданию календаря
- г) документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта

**21. Концепция проекта...**

**а) должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором, спонсором и др.**

- б) обязательно содержит сводный календарный план проектных работ
- в) обязательно должна быть оформлена в виде паспорта проекта
- г) обязательно должна содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

**22. Кто ответственен принять решение, если в проект добавлены дополнительные работы, и он выходит за рамки финансирования:**

- а) Спонсор проекта**
- б) Менеджер проекта
- в) Топ-менеджер (старший менеджер) проекта

г) Команда проекта

**23. Кто контролирует проект по время планирования:**

- а) Менеджер проекта
- б) Топ-менеджер проекта
- в) Функциональный менеджер
- г) Заказчик

**24. К способам снижения проектного риска относится**

- а) диверсификация
- б) мотивирование
- в) планирование
- г) контроль

**25. К числу основных характеристик проекта следует относить:**

- а) все перечисленные характеристики
- б) наличие альтернативных технических решений;
- в) продолжительность проекта;
- г) исходно-разрешительная документация проекта;

**26. Контроль и регулирование контрактов включает ...**

- а) учет выполнения работ по контракту
- б) закрытие контрактов
- в) проведение торгов и выбор поставщиком и подрядчиков
- г) заключение контрактов

**27. Лучший способ решения проблемы менеджера проекта с членом команды:**

- а) Неофициальное устное обращение
- б) Неофициальное письменное обращение
- в) Официальное устное обращение
- г) Все ответы верны

**28. Метод критического пути используется для ...**

- а) оптимизации (сокращения) сроков реализации проекта
- б) планирования рисков проекта
- в) планирования мероприятий по выходу из критических ситуаций
- г) определения продолжительности выполнения отдельных работ

**29. На этапе планирования наиболее эффективно представление расписания в**

**виде:**

- а) Сетевой диаграммы, показывающей логику проекта
- б) Диаграммы Ганта, показывающей прогресс и состояние проекта

- в) Поэтапного календарного плана, показывающего основные вехи проекта
- г) Все ответы верны

**30. Наиболее частыми причинами конфликтов по проекту являются:**

- а) **Графики, приоритеты проекта и ресурсы**
- б) Стоимость
- в) Несогласие менеджера проекта с целями
- г) Финансирование

**УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели**

**Индикатор УК-3.1. Умеет организовывать и руководить работой команды с учетом особенностей поведения членов трудовых коллективов**

**Индикатор УК-3.2. Разрабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели**

**Индикатор УК-3.3. Определяет результаты реализации командной стратегии.**

**Индикатор УК-3.4. Демонстрирует лидерские качества в управлении работой команды**

**1. Сущность командообразования состоит в:**

- а) **объединении нескольких групп для совместной деятельности**
- б) гуманистическом подходе к работе
- в) принципе сплоченности коллектива

**2. Команда – это:**

- а) вид корпоративной культуры
- б) любой трудовой коллектив
- в) **небольшая группа людей с общими целями и интересами**

**3. Начальный этап командообразования, на котором осуществляется целенаправленный подбор членов команды на основе принципа максимальной однородности участников, учитывающего требование взаимодополняемости:**

- а) комплектование команды
- б) формирование общего видения
- в) знакомство

**4. Какие механизмы социального взаимодействия применяются в командообразовании:**

- а) **направление на повышение квалификации**

- б) оптимизация вознаграждений
- в) распределение обязанностей

**5. Что является эффективным подходом к формированию команды:**

- а) избирательный подход
- б) целеполагающий подход
- в) финансовый подход

**6. К современным тенденциям работы в команде можно отнести:**

- а) усложнение структуры организации
- б) увеличение объема продаж
- в) изменение форм собственности

**7. Российская специфика работы коллективов предполагает:**

- а) развитие конкурентоспособности коллектива
- б) особое развитие корпоративной культуры
- в) увеличение доли продукции на мировом рынке

**8. Лидер – это человек:**

- а) обладающий специальными способностями
- б) выбранный коллективом
- в) стремящийся к власти

**9. Назовите виды лидерства:**

- а) корпоративное лидерство
- б) общественное лидерство
- в) финансовое лидерство

**10. В модели управленческих ролей Т.Ю. Базарова, реализация данной роли предполагает разработку мероприятий по достижению целей организации и называется:**

- а) организатор
- б) управленец
- в) администратор
- г) руководитель

**11. Система согласованных представлений членов команды о том, к чему надо стремиться, называется:**

- а) формирование общего видения
- б) знакомство
- в) институционализация

**12. На качество коммуникаций к команде влияет:**

- а) **уровень системы ценностей**
- б) уровень заработной платы сотрудников
- в) уровень образования

**13. Рабочие решения в командообразовании – это:**

- а) **ясно сформулировать видение общей цели и сообщить о своих ожиданиях**
- б) решить вопросы финансирования работников
- в) пути привлечения спонсоров и фандрайзеров

**14. Эффект межгрупповых отношений, предполагающий дискриминацию другой группы и вынесение решений в пользу членов своей группы, называется:**

- а) **ингрупповой фаворитизм**
- б) моббинг
- в) групповое сопротивление

**15. Обратная связь в коллективе осуществляется по схеме:**

- а) **спираль**
- б) паутина
- в) рыбацкая сеть

**16. Технология фасилитации используется:**

- а) **на этапе формирования команды**
- б) в ситуации кризиса
- в) постоянно

**17. Внутреннее несогласие с нововведениями, которое проявляется косвенным, незаметным образом и прикрывается внешним их признанием, называется:**

- а) **скрытое сопротивление**
- б) игнорирование
- в) конформизм

**18. Процесс целенаправленного формирования особого способа взаимодействия людей в организованной группе, позволяющего эффективно реализовывать их энергетический, интеллектуальный и творческий потенциал согласно стратегическим целям организации, называется:**

- а) **командообразование**
- б) групповая сплоченность
- в) ценностно-ориентационное единство

**19. Специалисты одного профиля, регулярно встречающиеся для совместного изучения рабочих вопросов:**

- а) команда специалистов
- б) виртуальная команда
- в) команда перемен

**20. Знание норм и правил, принятых в команде, позитивное или как минимум нейтральное к ним отношение и следование им в повседневной жизни, называется:**

- а) лояльность
- б) законопослушность
- в) идентичность
- г) приверженность
- д) все ответы не верны

**21. Менеджер, который занимается командообразованием, должен:**

- а) делегировать полномочия сотрудников
- б) осуществлять руководство внутренним PR
- в) знать основы технологического процесса

**22. Корпоративный PR включает:**

- а) формирование корпоративного имиджа
- б) формирование пакета акций
- в) формирование бизнес-плана организации

**23. Лидерство в группе складывается из следующих компонентов:**

- а) формального, трудового, делового
- б) эмоционального, делового, информационного
- в) трудового, неформального, эмоционального

**24. Максимальное различие участников между собой по существенным для командной работы персональным свойствам, называется:**

- а) гетерогенность состава команды
- б) гомогенность состава команды
- в) однородность состава команды

**25. Уровни разработки стиля руководства:**

- а) общественный и публичный
- б) биологический и психологический
- в) финансовый и руководящий

**26. Для работы в технологии тимбилдинга создаются:**

- а) рабочие задачи
- б) рабочие группы
- в) рабочие команды

**27. Определение места человека в системе деловых и персональных отношений в организационном контексте, называется:**

- а) позиционирование
- б) полоролевая идентичность
- в) групповая идентификация

**28. Миссия организации помогает в формировании команды:**

- а) в создании и поддержке репутации организации
- б) в выработке командного духа организации
- в) в обеспечении эффективной работы

**29. Группы в команде разделяются на:**

- а) личные и общественные
- б) большие, средние и малые
- в) эффективные и неэффективные

**30. Роли «исследователь–промоутер» в модели Марджерисона-МакКенна соответствует следующий тип задач:**

- а) стимулирование
- б) консультирование
- в) новаторство
- г) развитие
- д) организация

**УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**Индикатор УК-4.1. Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в производственной или образовательной деятельности.**

**Индикатор УК-4.2. Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках в производственной или образовательной деятельности.**

**Индикатор УК-4.3. Применяет современные информационные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации в процессе решения текущих и стратегических задач на государственном и иностранном (-ых) языках**

**Индикатор УК-4.4. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.**

**1. It is necessary to ... between various types of business organizations.**

- a) divide;
- б) decide;
- в) differentiate;**
- г) deteriorate.

**2. The department has ... which are responsible for the activity in financial areas.**

- a) substances;
- б) subdivisions;**
- в) subsidiaries;
- г) substitutions.

**3. The duties of the Board of directors are set by corporate ....**

- a) law;
- б) by laws;**
- в) lawyer;
- г) lever.

**4. One person business means a single person ....**

- а) running;**
- б) jogging;
- в) power;
- г) powder.

**5. RIL is a conglomerate holding company with ... in Mumbai, India.**

- a) governance;
- б) government;
- в) headquarters;**
- г) headline.

**6. The destination enjoys the ... of businesses operating successfully in the area.**

- a) divisions;
- б) divinities;
- в) diversity;**
- г) diversion.

**7. In some industries, it is important to invest in R&D to ... new products/technology.**

- a) detect;



**б) discover;**

в) distinguish;

г) dismiss.

**8. The company is hoping to... its market still further.**

а) expel;

**б) exaggerate;**

в) examine;

**г) extend.**

**9. The successful branding of the new product increased our ... sharply.**

а) share;

**б) loan;**

**в) profit;**

г) promotion.

**10. Globalization includes ... of goods and services across borders of the countries.**

**а) flows;**

**б) flaws;**

в) streams;

г) steams.

**11. The ... between economic growth and globalization is a focus of attention by many researchers.**

а) bundle;

**б) binding;**

в) blink;

**г) link.**

**12. The process of globalization helps to use economic ... more efficiently.**

**а) capacity;**

**б) involvement;**

в) interference;

г) introduction.

**13. MNCs have an interest in applying clean technologies to ensure that there is no ... to their reputation.**

а) injury;

**б) damage;**

в) loss;

г) lack.

**14. Global trade reduced the cost of living and created new jobs with higher ....**

- a) rewards;
- б) loans;
- в) wages;**
- г) premiums.

**15. The rebound in global trade ... to stronger economic growth.**

- a) threatened;
- б) influenced;
- в) affected;
- г) contributed.**

**16. Globalization is on the ... and companies are spreading out all around the world, no longer restricted by geographical barriers.**

- a) race;
- б) rate;
- в) rice;
- г) rise.**

**17. Companies try to ... competitors entering their industry.**

- a) attract;
- б) distract;
- в) prevent;**
- г) proceed.

**18. Choosing a candidate we should ... education and experience of several applicants for the position.**

- a) compose;
- б) compound;
- в) combine;
- г) compare.**

**19. What kind of tasks do they plan to be ... ?**

- a) kept out;
- б) carried out;**
- в) carried away;
- г) merged in.

**20. Terms “mission” and “vision” are practically ... for many managers.**

- a) intermediate;
- б) intervenient;

**b) interchangeable;**

r) intermissive.

**21. Planning allows business to develop a range of strategic ... to achieve its goals.**

**a) options;**

б) deviations;

b) distractions;

r) constraints.

**22. It is a job of HR personnel to recruit ... candidates for a required position.**

a) similar;

**б) suitable;**

b) subordinate;

r) submissive.

**23. ... a wrong person can be disastrous for the organization.**

**a) hiring;**

б) hiding;

b) healing;

r) hearing.

**24. If a member of a team doesn't meet his responsibilities he is called a ...**

a) doormat;

б) coach potato;

b) peeping Tom;

**r) freeloader.**

**25. The duty of HR is to ... any stressful and awkward atmosphere that may hinder the performance of the staff.**

a) illuminate;

**б) eliminate;**

b) expel;

r) include.

**26. If there is no induction training, an employee is left on his ... to sink into the new environment.**

a) foot;

б) account;

b) decision;

**r) own.**

**27. Induction training is a way to help employees ... within the company.**

- a) interrelate;
- б) intimidate;
- в) integrate;**
- г) intervene.

**28. Head hunters work for a ... and specialize in particular employment area.**

- a) premium;
- б) allowance;
- в) fee;**
- г) fare.

**29. This arrangement seems to give great ... to employees.**

- a) unification;
- б) unity;
- в) entity;
- г) incentive.**

**30. It is not an easy task to ... barriers in communication.**

- a) install;
- б) overtake;
- в) overcome;**
- г) crush.

**31. Использование канцеляризмов характерно для стиля**

- a) публицистического,
- б) официально-делового,**
- в) разговорного,
- г) художественного

**32. Лексическая сочетаемость не нарушена в выражении (выберите один вариант ответа)**

- а) гуманитарный профиль;**
- б) спросить вопрос;
- в) широкая информация;
- г) не проронить фразы.

**33. К механизмам манипулятивного воздействия относятся:**

- a) Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор
- б) Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции
- в) Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции**

г) Психотехнические приемы манипулятивного воздействия

**34. Цель формального приема в начале переговоров...**

а) Спровоцировать собеседников

**б) Создать атмосферу взаимопонимания**

в) Высказать точку зрения своей стороны

г) Выслушать точку зрения партнеров

**35. В начале делового совещания необходимо сразу...**

**а) Согласовать правила работы**

б) Решить спорные вопросы

в) Высказать одну из точек зрения

г) Объявить повестку дня

**36. Чтобы дискуссия была результативной, в ней должны принимать участие...**

а) Сторонники эффективного решения проблемы

**б) Приверженцы противоположных точек зрения**

в) Сотрудники с разной степенью деловой заинтересованности

г) Компетентные специалисты

**УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия**

**УК-5.1. Проводит анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия.**

**УК-5.2. Использует в производственной или образовательной деятельности необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.**

**УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп общества и производственного коллектива.**

**УК-5.4. Проявляет способности недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с учетом социокультурных особенностей людей в целях эффективного достижения поставленных целей.**

**1. Правительство США приняло «Акт о службе за границей» и создало Институт службы за границей**

**а) В 1946 г.**

**б) В 1959 г.**

в) В 1939 г.

г) В 1920 г.

**2. Выберите правильные ответы: отношения между культурами могут быть:**

а) Утилитарными.

б) Неприятя.

в) Взаимодействия.

г) Позитивными.

**3. В современной науке инициатива изучения процесса социализации принадлежит**

а) Э. Дюркгейму

б) П. Сорокину.

в) Г. Зиммелю.

г) Д. Миду

**4. Первичная стадия инкультуризации начинается**

а) С рождения ребенка и продолжается до подросткового возраста.

б) С рождения ребенка и до 35 лет.

в) В течение всей жизни.

г) С 10 до 18 лет.

**5. Какую ситуацию Э. Холл определил как «культурные очки»?**

а) Когда большинство людей рассматривают свою собственную культуру как центр и меру оценки других культур.

б) Когда поступки людей не одинаковы в различных отношениях.

в) Стремлением завершить разговор и прервать контакт с человеком другой культуры.

г) Когда индивид полностью принимает чужую культуру.

**6. Автором теории культурных изменений является**

а) Э. Холл.

б) Г. Хофштеде.

в) Э. Хирш.

г) Г. Зиммель.

**7. Аккультурация представляет собой**

а) Сложные отношения между культурами, ходе которых каждая из них обнаруживает свою самобытность и специфику, взаимно адаптируются путем заимствования их лучших продуктов.

- б) Полное принятие ценностей иной культуры.
- в) Доминирование одной культуры над другой.
- г) Неприятие иных культур, отличных от своей культуры.

**8. Что из перечисленного является стратегией аккультурации?**

- а) Ассимиляция.
- б) Маргинализация.
- в) Интеграция.
- г) **Все перечисленные.**

**9. Социокультурная адаптация – это**

**а) Умение свободно ориентироваться в новой культуре и обществе, решать повседневные проблемы в семье, в быту, на работе и в школе.**

- б) Достижение психологической удовлетворенности в рамках новой культуры.
- в) Умение приспособиться к любым социокультурным изменениям.
- г) Верны все ответы.

**10. Термином «культурный шок» определяют**

- а) **Стрессогенное воздействие новой культуры на человека.**
- б) Восхищение достижениями иных культур в отличие от своей.
- в) Отсутствие культурных ценностей в иных культурах.
- г) Сравнение своей культуры с иными.

**11. Под стереотипом понимается:**

- а) **Устойчивые, постоянно повторяющиеся формы поведения.**
- б) Сравнение различных форм поведения.
- в) Одновременные действия нескольких индивидов.
- г) Одновременные действия одного индивида.

**12. Функциями стереотипов являются**

- а) **Функция передачи относительно достоверной информации.**
- б) Ориентирующая функция.
- в) Функция влияния на создание реальности.
- г) Все перечисленные.

**13. Зависимость между культурной принадлежностью того или иного человека и приписываемыми ему чертами характера обычно**

- а) **Неадекватно.**
- б) Адекватно.
- в) Толерантное.

г) Нетолерантное.

**14. Социокультурная компетентность представляет собой**

**а) Готовность и способность партнеров по межкультурному взаимодействию к ведению диалога на основе знаний собственной культуры и культуры партнера.**

б) Готовность к межкультурному взаимодействию на основе профессиональной компетентности и образованности.

в) Знание психологических особенностей партнеров по взаимодействию.

г) Только первые два из перечисленных.

**15. Составными элементами межкультурной коммуникации являются**

а) Аффективные элементы.

б) Когнитивные элементы.

в) Процессуальные элементы.

г) **Все перечисленные.**

**16. А. Кардинер выдвигает идею о наличии в каждой культуре одного**

доминирующего типа личности. Этот тип личности был назван им:

**а) базовой личностью**

б) фундаментальной личностью

в) определяющей личностью

**17. Чаще всего встречающаяся в культуре личность была названа Р. Линто-**

**ном:**

**а) модальной личностью**

б) «средней» личностью

в) типичной личностью

**18. М. Херсковиц назвал вхождение ребенка в культуру своего народа:**

**а) инкультурацией**

б) социализацией

в) антропологизацией

**19. Механизм, с помощью которого этническая группа «передает себя по наследству» своим новым членам, прежде всего детям, называется:**

**а) культурной трансмиссией**

б) этнической миссией

в) педагогической вариативностью

**20. Когда культурные ценности, умения, верования и т.п. передаются от родителей к детям, говорят о:**

**а) вертикальной трансмиссии**



- б) этнической педагогике
- в) этнической вариативности

**21. В полиэтнической среде ребенок подвергается также влиянию взрослых, принадлежащих к чужой культуре. Определите – в какой процесс он включается:**

- а) аккультурации**
- б) социализации
- в) нормализации

**22. Поэт Н.Н. Берберова, армянка по отцу и русская по матери писала:**

«Я давно уже не чувствую себя состоящей из двух половинок, я физически ощущаю, как по

мне проходит не разрез, но шов. Что я сама есть шов. Что этим швом, пока я жива, что-то сошлось во мне, что-то спаялось, что я-то и есть в природе один из примеров спайки, соединения, слияния, гармонизации, что я живу не даром, но есть смысл в том, что я такая, какая есть: один из феноменов синтеза в мире антитез». О проявлении какого этнопсихологического явления здесь идет речь:

- а) биэтнической идентичности**
- б) ассимиляции
- в) моноэтнической идентичности

**23. По результатам репрезентативного социологического исследования,**

проведенного уже в независимом Казахстане, в середине 90-х гг., 71,6% респондентов обиделись бы, если бы их посчитали по характеру похожими на русских. Какое этнопсихологическое явление здесь проявилось:

- а) гиперидентичность**
- б) гипoidентичность
- в) маргинальная идентичность

**24. «...Это такая культура, где каждое изменение протекает настолько медленно и незаметно, что деды, держа на руках новорожденных внуков, не могут представить себе для них никакого иного будущего, отличного от их собственного прошлого. Прошлое взрослых оказывается будущим каждого нового поколения; прожитое ими – это схема будущего для их детей. ...». О какой культуре здесь идет речь:**

- а) постфигуративной**
- б) префигуративной
- в) конфигуративной

**25. Отправляясь в далекую экспедицию, культурантрополог, как пишет Мид, «должен освободить свой ум от всех предвзятых идей» и изучать культуру, стремясь**

ее понять без попыток сравнения с другими культурами. О каком подходе в этнопсихологических исследованиях здесь говорится:

- а) emic подходе
- б) etic подходе
- в) псевдо-etic подходе

26. «Они могут быть кратковременны или же длиться годами, они могут протекать как простые церемонии или сложные представления, они могут быть радостным праздником или впечатляющими церемониями с преодолением опасностей, физическими лишениями и ритуальной хирургией – полированием зубов, надрезами на коже, обрезанием и т.д.». Определите – какое этнокультурное явление здесь описывается:

- а) инициация
- б) помолвка
- в) прокрастинация

27. «Сохранение лица» предполагает сохранение чувства собственного достоинства и социального статуса, в то время как «предоставление лица» — это обеспечение возможности другим «сохранить их лицо». В какой культуре этим явлениям уделяют особое внимание:

- а) японской
- б) немецкой
- в) американской

28. Под конформизмом понимается склонность тех или иных индивидуумов или даже целых национальных культурных групп к одинаковым моделям поведения в целом или в тех или иных часто повторяющихся ситуациях. Какой культуре это явление присуще в большей степени, чем другим:

- а) японской
- б) британской
- в) новозеландской

29. Болезнь проявляется в неконтролируемом побуждении покинуть кров, сорвать одежды во время полярной зимы в Гренландии и на Аляске. Причины этой болезни ученые видят в долгой изоляции в помещении, в специфическом чередовании дня и ночи, в недостатке кальция в организме. О какой болезни здесь идет речь:

- а) публокток
- б) сусто
- в) витико

**30. Определите, ментальности какого народа присуще противопоставление закона и совести («Суди не по закону, а по совести»):**

- а) русского**
- б) немецкого**
- в) шведского**

**УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки**

**УК-6.1. Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития**

**УК-6.2. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста, планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда**

**УК-6.3. Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом имеющихся ресурсов**

**1. Какому виду целеполагания соответствует следующее описание: «...Целеполагание строится на основе сравнения своего нынешнего положения с положением своего окружение». Выберите один верный ответ.**

- а) конкурентное (сопоставительное) целеполагание**
- б) ценностное целеполагание**
- в) заданное (пассивное) целеполагание**

**2. Какому виду целеполагания соответствует следующее описание: «...человек вынужден действовать, т.к. появились и обострились проблемы и со стороны окружения была поставлена задача по их разрешению». Выберите один верный ответ.**

- а) заданное (пассивное) целеполагание**
- б) ценностное целеполагание**
- в) конкурентное (сопоставительное) целеполагание**

**3. Целью саморазвития личности является: «...умение заражать других своими идеями, выступать лидером, вовлекать людей в свои проекты...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) умение воодушевлять людей**
- б) инициативность**
- в) организованность**

г) умение реализовать свои замыслы

**4. Целью саморазвития личности является: «...умение расставить приоритеты, согласовывать действия с четко поставленными целями, выполнять сначала главное, а потом второстепенное...». О какой универсальной компетенции идет речь?**

**Выберите один верный ответ**

- а) организованность
- б) инициативность
- в) умение реализовать свои замыслы
- г) ответственность

**5. Целью саморазвития личности является: «... умение легко устанавливать контакты между людьми, достигать взаимовыгодных договоренностей между сторонами даже в конфликтных условиях...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) умение согласовывать интересы
- б) организованность
- в) инициативность
- г) умение воодушевлять людей

**6. Целью саморазвития личности является: «...умение определять, что конкретно хочется получить, настойчивость в достижении намеченного, доведение дела до конца...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) умение реализовывать замыслы
- б) самообучаемость
- в) инициативность
- г) ответственность

**7. Целью саморазвития личности является: «... умение выполнять взятые на себя обязательства, без перекладывания своих обязанностей на других ...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) ответственность
- б) инициативность
- в) организованность
- г) умение согласовывать интересы

**8. Целью саморазвития личности является: «... умение расширять кругозор в сочетании с неподдельным интересом к новому, испытание удовольствия от**

**приобретения новых знаний, овладения новыми навыками...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) самообучаемость
- б) инициативность
- в) ответственность
- г) организованность

**9. Целью саморазвития личности является: «...умение активно включаться в новые виды деятельности, браться за дело, не дожидаясь чьих-либо указаний, быть готовым делать больше, чем требуют окружающие...». О какой универсальной компетенции идет речь? Выберите один верный ответ**

- а) инициативность
- б) ответственность
- в) организованность
- г) самообучаемость

**10. Какое понятие раскрыто в следующем определении: «...– изменения, которые происходят во внутреннем мире человека и выражаются в конструктивном овладении средой, социально-полезном развитии и сотрудничестве с людьми»? Выберите один верный ответ**

- а) личностный рост
- б) события
- в) жизненный план
- г) противоречия

**11. Какой критерий (параметр) цели необходимо проработать при реализации технологии SMART – теста для формирования четкого образа желаемого результата? Выберите один верный ответ.**

- а) конкретность
- б) выгодность
- в) временные рамки
- г) измеримость

**12. Какой критерий (параметр) цели необходимо проработать при реализации технологии SMART – теста для определения внешних (объективных) и внутренних (субъективных) признаков продвижения к реализации цели? Выберите один верный ответ.**

- а) измеримость
- б) выгодность

в) временные рамки

г) конкретность

**13. Какой критерий (параметр) цели необходимо проработать при реализации технологии SMART – теста для определения того, насколько реальна реализация поставленной цели? Выберите один верный ответ.**

а) достижимость

б) выгодность

в) временные рамки

г) конкретность

**14. Какой критерий (параметр) цели необходимо проработать при реализации технологии SMART – теста для определения преимуществ, которые Вам дает достижение Вашей цели? Выберите один верный ответ.**

а) выгодность

б) измеримость

в) временные рамки

г) конкретность

**15. Какой критерий (параметр) цели необходимо проработать при реализации технологии SMART – теста для определения даты и установки дедлайна достижение цели? Выберите один верный ответ.**

а) временные рамки

б) измеримость

в) выгодность

г) конкретность

**16. Какой параметр необходимо проанализировать при реализации технологии SWOT – анализа, чтобы определить личностные качества, черты характера, компетенции, которые способствуют достижению задуманной цели? Выберите один верный ответ.**

а) внутренние факторы - сильные стороны

б) внутренние факторы - слабые стороны

в) внешние факторы – возможности

г) внешние факторы – угрозы

**17. Какой параметр необходимо проанализировать при реализации технологии SWOT – анализа, чтобы определить личностные черты и особенности, которые могут стать помехами в достижении задуманной цели? Выберите один верный ответ.**

а) внутренние факторы - слабые стороны

- б) внутренние факторы - сильные стороны
- в) внешние факторы – возможности
- г) внешние факторы – угрозы

**18. Какой параметр необходимо проанализировать при реализации технологии SWOT – анализа, чтобы определить ресурсы, экономические, политические, социальные условия, которые могут способствовать достижению задуманной цели? Выберите один верный ответ.**

- а) внешние факторы – возможности
- б) внутренние факторы - сильные стороны
- в) внутренние факторы - слабые стороны
- г) внешние факторы – угрозы

**19. Какой параметр необходимо проанализировать при реализации технологии SWOT – анализа, чтобы определить дефицит каких ресурсов и какие особенности экономических, политических и социальных условий могут помешать достижению задуманной цели? Выберите один верный ответ.**

- а) внешние факторы – угрозы
- б) внутренние факторы - сильные стороны
- в) внешние факторы – возможности
- г) внутренние факторы - слабые стороны

**20. При реализации какой технологии персональной эффективности можно оптимально определить траекторию предстоящей жизни и учесть особенности как профессиональной, так и других видов деятельности?**

- а) «Дерево целей»
- б) «SWOT – анализ»
- в) «Матрица переговоров»
- г) «Программа саморазвития»

**21. У студентки Ларисе в этом году предстоит продолжительная производственная практика. Она решила пройти практику в крупной организации, которая могла бы в последствии стать и местом ее будущей работы. Она решила применить одну из технологий персональной эффективности. Она уже определилась с тем, ей может помочь попасть на практику в нужную организацию и какие документы ей надо подготовить для ее прохождения. Применение какой технологии является наиболее оптимальной в этой ситуации. Выберите один верный ответ.**

- а) «Матрица переговоров»
- б) «SWOT – анализ»

- в) «Дерево целей»
- г) «Программа саморазвития»

**22. Федор захотел стать претендентом на включение в кадровый резерв руководящих работников организации и решил разработать программу саморазвития важных для успешного руководителя качеств. Какое описание соответствует такому этапу реализации технологии «Программа саморазвития» как «составление эпюры». Выберите один верный ответ.**

**а) «Федор составил перечень тех качеств, черт и компетенций, которые, по его мнению, гарантируют успех в сфере руководства персоналом. Выбрал 5 качеств, которые наиболее значимы: организованность, ответственность, умение воодушевлять других, коммуникабельность и выносливость. Далее на графике он отметил реальный и желаемый уровень этих качеств»**

б) «Федор поставил цель и ясно представил себе результат – он успешный молодой руководитель, которому доверили руководство командой сотрудников и разработку нового проекта»

в) «Федор описал те признаки, по которым он поймет, что стал более организованным: он своевременно выполняет поставленные перед ним задачи, соблюдает и четко укладывается в график своей работы, окружающие его коллеги также заметят, что все проекты он сдает в срок и не задерживается на работе, при этом бодрый, веселый и т.д.»

г) «Федор решил, что в первую очередь для развития организованности ему надо установить на телефон приложение «Органайзер» и научиться грамотно им пользоваться»

**23. Марина освоила технологию персональной эффективности «Дерево целей» и решила ее применить. Какое описание соответствует такому этапу реализации технологии «Дерево целей» как «задания». Выберите один верный ответ.**

**а) «Марина решила для успешной подготовки к защите магистерской диссертации составить презентацию: прочитать требования к презентации, создать файл, выбрать шрифт и оформление слайдов, разместить на слайде текст, графики»**

б) «Марина представила образ своего счастливого будущего: она успешная женщина, едет за рулем собственном автомобиля в отпуск отдохнуть в горы, где ее никто не знает, т.к. она довольно популярна и известна в городе, на сидении рядом сидит ее любимый муж, который загадывает веселые загадки и отвлекает от длительной дороги их детей»

в) «Марина выделила ряд целей, реализация которых приведет ее к достижению ее мечты: открыть свой бизнес и зарабатывать достаточно средств для своей жизни и благотворительности; создать крепкую и дружную семью; быть красивой, ухоженной и здоровой в психологическом и физическом смысле женщиной и т.д.»



г) «Марина определила этапы (шаги), которые необходимо реализовать для осуществления своего замысла по открытию своего бизнеса: завершение образования, поиск средств для открытия бизнеса, оформление ИП, найм персонала и др.»

**24. Марина освоила технологию персональной эффективности «Дерево целей» и решила ее применить. Какое описание соответствует такому этапу реализации технологии «Дерево целей» как «задачи». Выберите один верный ответ.**

**а) «Марина определила этапы (шаги), которые необходимо реализовать для осуществления своего замысла по открытию своего бизнеса: завершение образования, поиск средств для открытия бизнеса, оформление ИП, найм персонала и др.»**

б) «Марина представила образ своего счастливого будущего: она успешная женщина, едет за рулем собственном автомобиля в отпуск отдохнуть в горы, где ее никто не знает, т.к. она довольно популярна и известна в городе, на сидении рядом сидит ее любимый муж, который загадывает веселые загадки и отвлекает от длительной дороги их детей»

в) «Марина выделила ряд целей, реализация которых приведет ее к достижению ее мечты: открыть свой бизнес и зарабатывать достаточно средств для своей жизни и благотворительности; создать крепкую и дружную семью; быть красивой, ухоженной и здоровой в психологическом и физическом смысле женщиной и т.д.»

г) «Марина решила для успешной подготовки к защите магистерской диссертации составить презентацию: прочитать требования к презентации, создать файл, выбрать шрифт и оформление слайдов, разместить на слайде текст, графики»

**25. Марина освоила технологию персональной эффективности «Дерево целей» и решила ее применить. Какое описание соответствует такому этапу реализации технологии «Дерево целей» как «стратегические цели». Выберите один верный ответ.**

**а) «Марина выделила ряд целей, реализация которых приведет ее к достижению ее мечты: открыть свой бизнес и зарабатывать достаточно средств для своей жизни и благотворительности; создать крепкую и дружную семью; быть красивой, ухоженной и здоровой в психологическом и физическом смысле женщиной и т.д.»**

б) «Марина представила образ своего счастливого будущего: она успешная женщина, едет за рулем собственном автомобиля в отпуск отдохнуть в горы, где ее никто не знает, т.к. она довольно популярна и известна в городе, на сидении рядом сидит ее любимый муж, который загадывает веселые загадки и отвлекает от длительной дороги их детей»

в) «Марина определила этапы (шаги), которые необходимо реализовать для осуществления своего замысла по открытию своего бизнеса: завершение образования, поиск средств для открытия бизнеса, оформление ИП, найм персонала и др.»

г) «Марина решила для успешной подготовки к защите магистерской диссертации составить презентацию: прочитать требования к презентации, создать файл, выбрать шрифт и оформление слайдов, разместить на слайде текст, графики»

**26. Марина освоила технологию персональной эффективности «Дерево целей» и решила ее применить. Какое описание соответствует такому этапу реализации технологии «Дерево целей» как «видение». Выберите один верный ответ.**

а) «Марина представила образ своего счастливого будущего: она успешная женщина, едет за рулем собственном автомобиля в отпуск отдохнуть в горы, где ее никто не знает, т.к. она довольно популярна и известна в городе, на сидении рядом сидит ее любимый муж, который загадывает веселые загадки и отвлекает от длительной дороги их детей»

б) «Марина выделила ряд целей, реализация которых приведет ее к достижению ее мечты: открыть свой бизнес и зарабатывать достаточно средств для своей жизни и благотворительности; создать крепкую и дружную семью; быть красивой, ухоженной и здоровой в психологическом и физическом смысле женщиной и т.д.»

в) «Марина определила этапы (шаги), которые необходимо реализовать для осуществления своего замысла по открытию своего бизнеса: завершение образования, поиск средств для открытия бизнеса, оформление ИП, найм персонала и др.»

г) «Марина решила для успешной подготовки к защите магистерской диссертации составить презентацию: прочитать требования к презентации, создать файл, выбрать шрифт и оформление слайдов, разместить на слайде текст, графики»

**27. Для определение дальнейшей стратегии по реализации своих замыслов в соответствии с имеющимися ресурсами Арсений решил применить технологию SWOT – анализа. Предварительно выделив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы достижения цели, Арсений проанализировал вопрос о том, как сильные стороны его личности можно использовать для преодоления угроз. Какой вариант соответствует ответу на этот вопрос. Выберите один верный ответ.**

а) «такие мои качества как пунктуальность и организованность помогут мне наиболее эффективно действовать в условиях дефицита времени»

б) «такие мои качества как отзывчивость и коммуникабельность помогут мне получить поддержку и помощь социального окружения – родных и близких»

в) «моя расточительность в условиях дефицита денежных средств может помешать реализовать мою цель, т.к. не хватит финансов»

г) «готовность моих родных и близких в моральном и материальном плане поддержать меня, дать совет, поможет мне справиться с моей расточительностью и неумением грамотно тратить деньги»

**28. Для определение дальнейшей стратегии по реализации своих замыслов в соответствии с имеющимися ресурсами Арсений решил применить технологию SWOT – анализа. Предварительно выделив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы достижения цели, Арсений проанализировал вопрос о том, как возможности можно использовать для нейтрализации слабых сторон личности. Какой вариант соответствует ответу на этот вопрос. Выберите один верный ответ.**

а) «готовность моих родных и близких в моральном и материальном плане поддержать меня, дать совет, поможет мне справиться с моей расточительностью и неумением грамотно тратить деньги»

б) «такие мои качества как отзывчивость и коммуникабельность помогут мне получить поддержку и помощь социального окружения – родных и близких»

в) «моя расточительность в условиях дефицита денежных средств может помешать реализовать мою цель, т.к. не хватит финансов»

г) «такие мои качества как пунктуальность и организованность помогут мне наиболее эффективно действовать в условиях дефицита времени»

**29. Для определение дальнейшей стратегии по реализации своих замыслов в соответствии с имеющимися ресурсами Арсений решил применить технологию SWOT – анализа. Предварительно выделив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы достижения цели, Арсений проанализировал вопрос о том, какие из слабых сторон наиболее опасны в контексте угроз и ограничений. Какой вариант соответствует ответу на этот вопрос. Выберите один верный ответ.**

а) «моя расточительность в условиях дефицита денежных средств может помешать реализовать мою цель, т.к. не хватит финансов»

б) «такие мои качества как отзывчивость и коммуникабельность помогут мне получить поддержку и помощь социального окружения – родных и близких»

в) «готовность моих родных и близких в моральном и материальном плане поддержать меня, дать совет, поможет мне справиться с моей расточительностью и неумением грамотно тратить деньги»

г) «такие мои качества как пунктуальность и организованность помогут мне наиболее эффективно действовать в условиях дефицита времени»

**30. Для определение дальнейшей стратегии по реализации своих замыслов в соответствии с имеющимися ресурсами Арсений решил применить технологию**

**SWOT – анализа. Предварительно выделив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы достижения цели, Арсений проанализировал вопрос о том, как сильные стороны его личности можно использовать для реализации своих возможностей. Какой вариант соответствует ответу на этот вопрос. Выберите один верный ответ.**

**а) «такие мои качества как отзывчивость и коммуникабельность помогут мне получить поддержку и помощь социального окружения – родных и близких»**

**б) «моя расточительность в условиях дефицита денежных средств может помешать реализовать мою цель, т.к. не хватит финансов»**

**в) «готовность моих родных и близких в моральном и материальном плане поддержать меня, дать совет, поможет мне справиться с моей расточительностью и неумением грамотно тратить деньги»**

**г) «такие мои качества как пунктуальность и организованность помогут мне наиболее эффективно действовать в условиях дефицита времени»**

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем**

**Индикатор ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**

**Индикатор ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем**

1. Охарактеризуйте место кампании в сфере деятельности по связям с общественностью.
2. Охарактеризуйте роль кампании в сфере деятельности по связям с общественностью.
3. Сформулируйте цели и задачи кампании по связям с общественностью.
4. Выделите этапы проведения СО-кампании.
5. Проанализируйте особенности проведения СО-кампании в бизнесе (банковской сфере, туризме и пр.).

6. Проанализируйте особенности проведения СО-кампании в политической сфере (на примере избирательной кампании).

7. Сформулируйте специфику СО-кампании в некоммерческой сфере (на примере фандрайзинговой кампании).

8. Сформулируйте специфику СО-кампании по продвижению территории.

9. Определить целевую общественность в ходе планирования СО- кампании.

10. Осуществление разработки концепции в ходе планирования СО- кампании.

11. Дайте характеристику СО-средствам в ходе планирования кампании.

12. Определение других средств продвижения в ходе планирования СО- кампании.

13. Проанализируйте составление бюджета как часть планирования кампании.

14. Определение стратегии как часть этапа планирования кампании.

15. Медиаанализ и медиапланирование как часть разработки плана кампании.

16. Определение критериев эффективности в ходе подготовки СО- кампании.

17. Проанализируйте различные рекламные обращения, используемые в рекламных кампаниях.

18. Выделите этапы коммуникационной кампании.

19. Раскройте факторы, учитываемые при планировании рекламных кампаниях.

20. Выделите этапы коммуникационной кампании.

21. Определите ключевые проблемы выделенных целевых аудиторий.

22. Определите профили выделенных целевых аудиторий.

23. Спрогнозируйте ожидаемый резонанс целевых аудиторий в результате проведенной кампании.

24. Спрогнозируйте варианты поведения выделенных целевых аудиторий

25. Роль медиапланирования в проведении рекламных кампаний.

26. Факторы, влияющие на медиапланирование. Основные понятия медиапланирования.

27. Рекламные агентства, структура и их функции.

28. Содержание договора между рекламодателем и рекламным агентством.

29. Содержание брифа (технического задания) на осуществление рекламной кампании.

30. Сезонность и события как факторы планирования рекламных кампаний.

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

**Индикатор ОПК-2.1. Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов**

**Индикатор ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов**

1. Какое из определений, на ваш взгляд, наиболее точно определяет сущность аналитической работы? Объясните свой ответ.

2. Сформулируйте роль законов логики в информационно- коммуникативной деятельности.

3. Охарактеризуйте эмпирические методы познания.

4. Охарактеризуйте теоретические методы познания.

5. Сформулируйте цель оценки социально-политических явлений.

6. Сформулируйте структуру оценки социально-политических явлений.

7. Раскройте сущность исследования состояния объекта методом анализа по основным показателям.

8. Раскройте сущность исследования состояния объекта методом факторного анализа.

9. Охарактеризуйте место метода исторической аналогии в оценке социально-политических явлений

10. Охарактеризуйте место метода контент-анализа в оценке социально-политических явлений.

11. Какое из определений, на ваш взгляд, наиболее точно определяет сущность аналитической работы? Объясните свой ответ.

12. Что составляет сущность оценки социально-политических явлений? Приведите несколько ответов на этот вопрос.

13. Выявить и охарактеризовать структуру СПО.

14. Выявите и охарактеризуйте классификацию СПО.

15. Проведите типологизацию СПО по сфере действия (масштабу).

16. Проведите типологизацию СПО по степени остроты (степени конфликтности).

17. Проанализируйте соотношение экономической ситуации и остроты социального противоборства в обществе.

18. Проанализируйте субъекты СПО, их место в политической структуре.

19. Раскройте сущность оценки СПО.

20. Раскройте содержание оценки СПО.

21. Проведите исследование влияния политических партий и общественных организаций.

22. Проведите исследование системы национальных и религиозных отношений.

23. Установите правильное соответствие между понятиями и определениями особенностей каждого этапа процесса оценки социально-политических явлений (СПЯ).

24. Приведите три определения прогнозирования со ссылкой на источники. Укажите, которое из них Вы разделяете и объясните почему. Перечислите основные типы социальных прогнозов, раскройте сферы их применения.

25. Дайте характеристику основных понятий прогнозирования.

26. Дайте характеристику основных методов прогнозирования.

27. Проведите сопоставительный анализ понятий прогностика и прогнозирования.

28. Проведите типологизацию прогнозов по периоду упреждения.

29. Рассмотрите возможности использования индивидуального экспертного прогнозирования в изучении СПО.

30. Рассмотрите возможность использования коллективного экспертного прогнозирования в изучении СПО.

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

**Индикатор ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса**

**Индикатор ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов**

1. PR: коммуникативные основы. Значение коммуникации в связях с общественностью.

2. Использование мифа в PR. Миф как политтехнология. Миф и средства массовой информации.

3. Анализ современных PR-кампаний в поддержку российского спорта.

4. Анализ брендов отечественных авиакомпаний.

5. Анализ брендов гипермаркетов.

6. Особенности продвижения художественного проекта.

7. Особенности продвижения выставки для музея.

8. Благотворительность как необходимая часть современного PR.

9. Организация специальных PR-мероприятий.

10. Новейшие тенденции в сфере рекламы и связей с общественностью
11. Как соотносятся понятия «связи с общественностью» и «коммуникация»?
12. Перечислите основные PR-мероприятия. Дайте определение каждому из них.
13. Разработайте план проведения одного PR-мероприятия (на выбор), составьте программу.
14. Какие основные законодательные документы регулируют PR- деятельность?
15. Дайте определение понятия «коммуникативная сеть связей с общественностью».
16. В каких целях PR-службы используют социальную рекламу?
17. Составьте необходимые документы для пресс-тура: приглашение, программу, обращение к журналистам,
18. Какие основные законодательные документы регулируют PR- деятельность?
19. В чем заключается специфика управления связями с общественностью в социальных акциях?
20. Вы готовите презентацию новой продукции (вид продукции выберите сами). Составьте тексты выступления всех представителей организации, участвующих в проведении мероприятия.
21. Основные инструменты брендинга территории.
22. Политические PR-кампании: стратегия планирования и проведения.
23. Технологии продвижения банковских, медицинских, образовательных услуг.
26. Технологии PR и рекламы в туризме.
27. Брендинг дестинаций. Технологии продвижения дестинаций.
28. Специфика рекламы в сфере туризма.
29. Политические PR-технологии в избирательной кампании.
30. Политическая реклама.

**ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты**

**Индикатор ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп**

**Индикатор ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов**



1. Специфика коммуникаций в некоммерческом секторе.
2. Структура некоммерческого сектора в России.
3. Коммуникационные потребности некоммерческих организаций.
4. Российские PR-практики в некоммерческом секторе.
5. Зарубежные PR-практики в некоммерческом секторе.
6. PR-практики российских некоммерческих фондов.
7. Социальное предпринимательство как вид бизнеса.
8. КСО-стратегии государственных компаний.
9. Проблематика финансирования социально полезных инициатив.
10. Фандрайзинг.
11. Социальные проекты в PR-стратегиях компаний.
12. Понятие и содержание корпоративной социальной ответственности.
13. Принципы оценки количественного и качественного индекса социальных инвестиций.
14. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство как форма юридической ответственности.
15. Виды социальной ответственности юридических лиц.
16. Коллективный договор как инструмент социального партнерства.
17. Внутренний контроль в системе социального партнерства.
18. Социальные программы компании как инструмент реализации ее социальной ответственности.
19. Социальное инвестирование и социально-ответственное инвестирование.
20. Корпоративное волонтерство как форма осуществления организацией социальной политики.
21. Влияние социально ответственного поведения организации на показатели ее деятельности.
22. Влияние государства на реализацию принципов корпоративной социальной ответственности.
23. Общая характеристика социальных стратегий организации.
24. Общая характеристика нефинансовой (социальной) отчетности организации.
25. Сущность и значение социального аудита и социальных рейтингов.
26. Основные стандарты социальной отчетности.
27. Корпоративная социальная ответственность и имидж организации.
28. Интерпретации концепции социальной ответственности: классический подход, теория корпоративного альтруизма, теория «разумного эгоизма», интегрированный подход.

29. Современные подходы к корпоративной социальной ответственности: агентская теория, теория оценки эффективности корпоративной социальной деятельности и др.

30. Характеристика основных групп заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и их роль в деятельности компании.

**ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования**

**ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях**

**ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования**

1. Что такое медиатекст? Основные сферы применения
  2. Цели и задачи составления и редактирования медиатекста
  3. Специфика работы с медиатекстом в газете
  4. Специфика работы с медиатекстом в журнале
  5. Специфика работы с медиатекстом на телевидении
  6. Специфика работы с медиатекстом на радио
  7. Специфика работы с медиатекстом в пресс-службе
  8. Пресс-релиз: принципы составления и читательский адрес
  9. Проанализируйте причины смысловых ошибок и исправьте их.
- При переливании газа из цистерны в бачок т. Гусейнова последний разорвался на куски.
  - Свидетель, почему вы назвали подсудимого проходимцем и что вам известно о его проходимости?
  - Открыт совхоз по расческе шерсти от населения.
  - Сейчас судьи вынесут очки.
  - Судьям будет трудно вынести победителя.

- Вот уже третью встречу команда проводит без голов.
- Автомашину искали органы милиции, но поиски оказались тщательными, автомашину не нашли.

- Спасательные круги, лодки и матросы выбились из сил.
- Героиня рассказа Наташа в меру своих сил не хочет работать.
- Дорогая редакция! Исправьте мои ошибки и добавьте сами.

10. Проанализируйте причины смысловых ошибок и исправьте их.

- Женщина внимательно осмотрела покупку и усомнилась в сортности мяса. Сомнения казались обоснованными – ее обсчитали на 2 рубля.

- Большое воспитательное значение имеют и щиты, которые мы установили возле каждой теплицы.

- Он вовсе не собирался ходить перед начальством на задних лапках. У него были крепкие мозолистые руки.

- В свое время известный испанский драматург Лопе де Вега заметил, что пятьюдесятью процентами красоты женщины обязаны портнихам. Можно добавить, что остальные пятьдесят принадлежат парикмахеру.

- В этом сезоне можно встретить на улицах пальто с крупными пуговицами объемной формы и разнообразной разработкой внутренней части.

- Эксперты дали письмо одному известному графологу, и он точно определил, что писал письмо мужчина лет 40 от роду, возможно обиженный директором.

- Зубной врач находится по больничному листу.
- К вам обращается пенсионерка с большим стажем.

11. Проанализируйте следующие заголовки текстов. Предложите свои варианты заголовков.

- Удивительный мир кино (критическая статья о нехватке сценариев).
- Этот безумный, безумный, безумный мир (о криминогенной ситуации в городе).
- Тише едешь – дальше будешь (о недостатках в работе городского транспорта).
- Пестициды: зло или благо? (о применении ядохимикатов в сельском хозяйстве).
- Как мы нашли полтора года? О досрочном завершении строительства новой производственной линии).

- Свежи были розы (о работе кружка любителей природы).
- Рукотворные бриллианты (о создании искусственных камней фианитов).
- Еременко – сын Еременко (об актерской династии).

12. Проанализируйте следующие заголовки текстов. Предложите свои варианты заголовков.

- Алла, ты еще не устала? (критические заметки еще об одной актерской «династии»).
- Вчера форвард, сегодня – аутсайдер (о поражении сборной России по хоккею на чемпионате мира).
- Гвардии лесоруб (очерк о бригадире комплексной бригады, бывшем пограничнике).
- Последний звонок (репортаж о последнем дне занятий в одной из московских школ).
- Пулково — Шереметьево — далее везде (об открытии новой международной авиатрассы).
- Хождение за три звука (об испытаниях сверхзвуковых самолетов).
- Победить боль (о новейших обезболивающих препаратах).

13. Прочитайте отредактированный текст, проанализируйте его, указывая недостатки в композиции, речевые ошибки. Выполните правку-переделку данного текста.

#### НОВЫЙ ГОД... НА КУХНЕ

Весь сегодняшний день я, по поварской традиции, провел у плиты. Здесь же встречу и Новый год. Нисколько об этом не вздыхаю: такая уж наша профессия — радовать в праздник человека хорошим столом, чтобы блюда предложенных яств мог удовлетворить самый взыскательный вкус гурманов. Под сводами ресторана... в предновогоднюю ночь будет накрыт громадный стол, за который сядут гости столицы, прибывшие в Москву со всех концов земли. Ведь Москва всегда хлебосольно приветчает дорогих гостей.

Вроде бы не в первый раз приготовлены котлеты «Россия», но всегда хочется, чтобы это блюдо из рубленого мяса курицы с добавкой грибного фарша из шампиньонов и нежно поджаренного хрустящего лука было для посетителей неожиданным сюрпризом. Особое место, конечно, займет наша фирменная закуска «Матрешки», всегда радующая гурманов оригинальных блюд. Иностранцы, хоть раз заглянувшие к нам в гости, неизменно заказывают это блюдо. Иногда они круто показывают жестом, будто повязывают на голову платок.

Открою секрет приготовления «Матрешек»: требуются сваренные и очищенные от скорлупы яйца, и свежие помидоры.

14. Сократите текст заметки на 1/3. Внесите правку.

#### В РИМ ПЛЫВЕТ АЛЛИГАТОР

Его обнаружила в верховьях реки под Перуджей команда каноистов гребного клуба городка Кастелло. Деталей о том, как именно выглядела рептилия, помахавшая гребцам хвостом, какой породы, длины и чешуйчатости, полиции выяснить не удалось - ребята так

налегли на вёсла, что подробно рассмотреть рептилию им не удалось. Тренировка получилась короткая, но интенсивная.

Сопоставив несколько таких рассказов любителей отдыха на воде, полиция Перуджи несколько дней ищет хищника, пока он сам не нашёл кого-нибудь.

После проливных дождей, вызвавших наводнение в Тоскане, Лигурии и Умбрии, Тибр разлился, и крокодилу есть где скрыться, а течение должно принести его прямехонько в Рим, к туристам и ресторанам на набережной. Как экзотическая тварь оказалась в реке - пока неизвестно. Скорее всего, аллигатор - из домашних и был выброшен хозяином под каким-нибудь мостом после того, как вырос из размеров джакузи.

15. Сопоставьте тексты заметок об одном событии. Отметьте разницу в представлении фактов и построении текста. Предложите свой вариант текста и заголовка.

#### ПОД ПЕТЕРБУРГОМ ПОЙМАН СОЛДАТ-УБИЙЦА

Вчера в поселке Кузнечное Приозёрского района Ленинградской области около полуночи был задержан рядовой срочной службы Сергеев. По информации пресс-службы ГУВД, более недели назад Сергеев дезертировал с оружием из воинской части ЛенВО и был объявлен в федеральный розыск за убийство. Накануне его ареста, в четверг он расстрелял из автомата двух местных жителей и угнал их автомобиль «Таврия». 23-летний мужчина от полученных ран скончался на месте, его 21-летняя жена с двумя огнестрельными ранениями груди госпитализирована в крайне тяжёлом состоянии. При задержании дезертир не успел оказать сопротивление милиционерам. Военная прокуратура округа возбудила уголовное дело.

#### ЗАДЕРЖАН УБИЙЦА-ДЕЗЕРТИР

В четверг вечером от рук солдата-дезертира в Ленинградской области пострадала семейная пара. Мужчина 23 лет скончался на месте происшествия. Его супруга 21 года с огнестрельными ранениями груди госпитализирована, её состояние врачи оценивают как тяжёлое. Расстреляв местных жителей, дезертир скрылся на автомашине, принадлежавшей пострадавшим. Инцидент произошёл около 22 часов в пос. Кузнечное Приозёрского района Ленинградской области. Однако уже около полуночи солдат-дезертир был задержан сотрудниками Приозёрского отдела ГУВД. Как сообщили в правоохранительных органах, фамилия дезертира Сергеев. Он служил в одной из частей центрального подчинения, дислоцированной на территории Ленинградской области. Два месяца назад Сергеев совершил побег с оружием и до сегодняшнего дня находился в федеральном розыске.

16. Сопоставьте тексты заметок об одном событии. Отметьте разницу в представлении фактов и построении текста. Предложите свой вариант текста и заголовка.

#### КОРРИДА В САРАТОВЕ

Нечто вроде корриды наблюдали жители Саратова в центре города. Неизвестно откуда взявшийся бык затравленно метался, пугая прохожих, сообщил корр. ИТАР-ТАСС. Животное вело себя крайне агрессивно. Он забодал по меньшей мере один автомобиль, а продвигаясь к железнодорожному вокзалу, поддел рогами гражданина. Тот ушиблен, но уцелел. Милицейская группа немедленного реагирования была вынуждена застрелить взбесившееся животное. До сих пор неясно, каким образом животное попало в центр города. Владелец быка тоже не объявился.

#### КОРРИДА В САРАТОВЕ

В среду вечером десятки жителей Саратова стали свидетелями и участниками необычного происшествия. Вооружённые до зубов милиционеры устроили в центре города охоту на разъярённого быка.

Огромный бык появился на Московской улице, которая ведёт к городскому вокзалу, около 9 часов вечера (откуда он прибежал, так и осталось неизвестным). Бык был разъярён, бросался на прохожих, пытался цеплять рогами проезжавшие мимо автомобили.

Съехавшиеся на место происшествия милицейские патрули попытались блокировать быка своими машинами, но тот прорвал кольцо оцепления и понёсся в сторону вокзала. На вокзале он ворвался в помещение автоматических камер хранения, устроил охоту на находившихся там людей и ранил одного человека.

В подобных ситуациях милиционеры обычно применяют оружие, но стрелять в людном месте они долго не решались. Дождавшись, когда все покинут опасную зону, милиционеры приступили к решительным действиям. Они блокировали выход из камеры хранения, а затем расстреляли быка из автоматов. Для того чтобы убрать тушу из камеры, пришлось вызывать бульдозер.

17. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

Кадры В.Ф. Осипов подбирает с чувством и с толком. Сам преданный работе, он и в других больше всего ценит способность отдавать себя делу, добросовестность и аккуратность. Поэтому работают в звене творчески, постоянно что-нибудь рационализируют. Например, удлинили «Фрегаты», чтобы они лучше проходили по участкам с неудобным рельефом. Облегчили работу с насосом НЦС-2. Заводскую защиту на «Фрегатах» заменили своей, более надёжной. В основном все эти рационализаторские предложения исходят от самого Виктора Осипова - человека ищущего, пытливого, увлечённого.

18. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

На днях в редакцию позвонила жительница Хамовников: «Приезжайте посмотреть на наш райский уголок». Согласитесь, предложение заманчивое и интригующее, и я отправилась на улицу Ефремова в поисках дома 12-24. Искать долго не пришлось - дом выделялся из общего числа, несмотря на бушующую вокруг зелень. Вокруг него прекрасный палисадник, где посажены ирисы, тигровые лилии, васильки, жасмин, сирень, туя... У обочины дороги перед домом также все огорожено и засажено, и это несмотря на то, что земля там настолько утоптана, что вскопать её под силу только неслабому мужчине. И всё это дело рук одного человека, красивой, обаятельной женщины Веры Леонидовны Афанасьевой.

19. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

Был такой случай. Женщина позвонила к нам в агентство с просьбой устроиться на работу. Я отказал ей в просьбе, так как на тот момент была дана жёсткая установка не принимать людей на работу, не имеющих опыта менее одного года. Но желание попасть к нам было у неё большим. И меня поразила настойчивость. Мы пригласили её на собеседование в компанию. Но так случилось, что именно в этот день я вынужден был поехать на выставку. Так что вы думаете? Эта женщина приехала и нашла меня там. Теперь она успешно работает в агентстве не хуже Золотого маклера!

20. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

#### МОШЕННИЧЕСТВО

В тот же день сотрудниками управления по борьбе с экономическими преступлениями ГУВД Москвы изобличён в мошенничестве и задержан директор ИЧП «Васса-М». По оперативным данным, некоторое время назад бизнесмен посетил Ставропольский консервный завод. Предъявив там фальшивые платёжные документы, аферист заключил договор о поставке для торгового дома «Витекс» 1 млн. 300 тыс. банок тушёнки. Вслед за этим мошенник получил от торгового дома предоплату в сумме 131 млн. руб., обналичил её через ТОО «Кентавр» и скрылся. Пока найти афериста не удалось.

21. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

#### ГДЕ РОДИНА «СНЕЖНОГО ЧЕЛОВЕКА»?

Два месяца специальная группа китайских учёных провела в труднодоступных лесах центральной части Китая.

Тем, кто принимал участие в экспедиции, помогали даже сотрудники центра космических исследований КНР, которые вели наблюдения с помощью спутников. И вот учёные утверждают, что на 90 процентов уверены в существовании «снежного человека».

Правда, самого его учёные так и не увидели, зато представили журналистам клочки шерсти и слепки следов, оставленных получеловеком-полуобезьяной.

Теперь в Пекине могут с гордостью заявить: Китай - родина «снежного человека».

22. Отметьте логические ошибки и неточности, допущенные в тексте. Внесите правку.

#### ВТОРАЯ ПРОФЕССИЯ ТЕНОРА

70-летие отметил знаменитый тенор - в прошлом солист, а ныне режиссёр Большого театра Алексей Масленников. Вся жизнь артиста связана с Большим, где он дебютировал ещё 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 всё же эталонными свершениями певца считаются роль Алексея Ивановича в «Игроке» Прокофьева и интерпретация вокальной музыки Свиридова.

В 1988 году он перенёс на сцену Бостонской оперы «Мёртвые души» Родиона Щедрина, недавно возобновил в родном театре «Моцарта и Сальери» Римского-Корсакова и готовится к постановке «Бориса Годунова» в Самаре.

23. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Изменилось ли за последний год ваше благосостояние?

Не изменилось — 41%

Немного ухудшилось — 16%

Немного улучшилось — 35%

Заметно ухудшилось — 11%

Заметно улучшилось — 16%

Пользовались ли вы услугами гадалок?

41% — не пользовались

16% — пользовались, предсказания не сбылись

34% — пользовалась, предсказания сбылись

9% — затрудняюсь с ответом

24. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Что является символом России?

25% — Кремль

21% — водка



14% — автомат Калашникова

12% — флаг

10% — Красная площадь

6% — гимн

5% — герб

2% — медведь

1% — икра

0% — мавзолей

0% — крейсер «Аврора»

24. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Минимальная оплата повышена с 300 рублей до 450, чтобы компенсировать потери малоимущих от инфляции. Но в 1,5 раза, на 150% повышены и штрафы.

25. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Потребительский кредит — это вот что такое: банк «Русский стандарт» в партнерстве с магазином «М-видео» выдает кредиты на покупку электроники и бытовой техники. Первый взнос — 15% от цены вещи; выдаются кредиты под 49% годовых, но только на полгода. А так как проценты начисляются на остаток суммы, то купленная вещь дорожает только на 13,5%. Эти волшебные тринадцать с половиной процентов и есть стоимость кредита.

26. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Меня знает весь мир! Более 75, 000,000 семей не могут обойтись без меня (реклама печи СВЧ).

27. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Мне, как физиологу, представляется, что ультразвук волной в 45 градусов производит определенный эффект в организме.

28. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

По совершенно официальным данным, французская армия, насчитывающая 300 тысяч военнослужащих и 200 тысяч призывников, ежегодно потребляет ровно миллион презервативов, благодаря чему удалось резко снизить уровень распространения вируса СПИД в войсках.

29. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Французы любят смотреть телевизор. Среднестатистический житель Франции проводит у телевизора более 1000 часов в году. Если 20 лет назад он ежедневно смотрел телевизор 2 часа 53 минуты, то теперь пять с половиной часов.

30. Найдите ошибки в использовании статистических данных и другого цифрового материала.

Знаменитая фильмотека Кирха насчитывает 15 тыс. наименований на 40 тыс. часов эфира. Чтобы пересмотреть их, пришлось бы просидеть без перерыва перед экраном почти десять лет.

**ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии**

**Индикатор ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности**

**Индикатор ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение**

1. Таргетированная реклама vs SMM.
2. Социальные сети в России и в мире. Терминология. Основные таргетинги.
3. Принципы формирования таргетингов в социальных сетях.
4. Различия в рекламных возможностях и инструментарии в социальных сетях.
5. Стратегическое и тактическое планирование закупки рекламы в социальных сетях. Этапы планирования.
6. Бриф vs Реальность. Адаптация запросов под рекламные кабинеты.
7. Охватные и performance кампании. Определение показателей и инструментария.
8. «Прогнозаторы» рекламных кабинетов.
9. Базовая терминология и принципы работы контекстной рекламы. Обзор систем контекстной рекламы в России – Яндекс.Директ и Google Ads.
10. Метод закупки и аукцион. Доступные механики и таргетинги. Правила размещения материалов. Законодательные ограничения.
11. Обзор интерфейсов Яндекс.Директ и Google Ads. Обработка брифа, подготовка медиаплана. Подбор ключевых слов и написание текстов.
12. Загрузка рекламных кампаний в интерфейсы. Базовые настройки кампаний

13. Обзор систем аналитики – Google Analytics и Яндекс.Метрика
14. Статистика рекламных кампаний, доступные метрики, методология расчетов.
15. Автоматизированные системы управления контекстной рекламы.
16. Дополнительные форматы рекламных объявлений – графические и адаптивные объявления, смартбаннеры, товарные объявления.
17. Работа в интерфейсах систем аналитики – доступные срезы данных и статистика.
18. Расширенные настройки и таргетинги.
19. Ремаркетинг, аудиторные сегменты и связь с CRM.
20. Создание графических контекстных объявлений.
21. Принципы работы технологии диджитала вообще и программатика в частности.
22. Как строится и выглядит экосистема программатика: типы экосистем.
23. Как выглядит рынок программатика в мире и России на текущий момент. Темпы роста рынка, прогнозы
24. Российский рынок программатика: исследования, реальная картина.
25. Принципы выбора подрядчика для работы.
26. Виды взаимодействий с программатик-подрядчиками: self-service, managed-service, mixed models. Плюсы и минусы каждого вида взаимодействия.
27. Проблемы прозрачности: инвентарь, данные, стоимость, статистика, настройки.
28. Проблемы Brand Safety. Общие гайдлайны и политики безопасности закупки.
29. Существующие российские программатик-подрядчики: обзор и типизация.
30. Структура продаж на крупных сайтах за рубежом и в Рунете.

**ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности**

**Индикатор ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности**

**Индикатор ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности**

1. Охарактеризуйте коммуникационные потребности выбранной организации

2. Охарактеризуйте коммуникационные проблемы выбранной организации
3. Охарактеризуйте сущность коммуникации в развитии современного информационного общества
4. Охарактеризуйте значение коммуникации в развитии современного информационного общества
5. Сформулируйте основные требования к выработке стратегии коммуникации
6. Сформулируйте основные требования функциональных стратегий
7. Определите психологические эффекты межличностной коммуникации
8. Психологические эффекты массовой коммуникации
9. Изучите одну статью по теме 1 лекции, сделайте краткое описание
10. Изучите одну статью по теме 2 лекции, сделайте краткое описание
11. Изучите одну статью по теме 3 лекции, сделайте краткое описание
12. Изучите одну статью по теме 4 лекции, сделайте краткое описание
13. Составьте список материалов по коммуникации с кратким описанием (5-7 источников).
14. Какая теория лучше всего объясняет данный социальный эксперимент?  
What Would You Do? Bike Theft  
<http://www.youtube.com/watch?v=ge7i60GuNRg>
15. Шахматы: компьютер против человека. Кто победит? Подготовьте короткое выступление: скажите, за кого голосуете и почему. Свяжите по возможности с Информационной Теорией.  
The Chip vs. The Chessmaster (1991)  
<https://www.youtube.com/watch?v=3t9r2ahMO7o>
16. Прочитайте и будьте готовы обсуждать следующие материалы:  
ДРАМАТУРГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ИМИДЖА КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА  
[http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2010\\_3/2010\\_3\\_Dagaeva.pdf](http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2010_3/2010_3_Dagaeva.pdf)
17. Проанализируйте следующие материалы:  
МОЖНО ЛИ ДОВЕРЯТЬ МАСКАМ?  
<http://elib.bsui.by/bitstream/123456789/97879/1/75-83.pdf>
18. Проанализируйте следующие материалы:  
ДРАМАТУРГИЯ ИМИДЖА  
<http://newideology.ru/slovar/d/dramaturgiya-imidzha/>

19. Ситуация, в которой Вы должны постараться убедить кого-то изменить его/ее мнение. Определить свой «якорь» и «якорь» собеседника. Составить список высказывание по трем зонам, обращая особое внимание на зону неопределенности

20. Ситуация, в которой Вы должны постараться обратить внимание на чей-то предрассудок. Написать диалог, в котором четко видны само высказывание с предрассудком, а также четыре шага по изменению предрассудка

21. По каждой лекции выберите не менее трех наиболее важных понятий (например, «зеркальное Я», онтология и т.д.) и объясните, почему вы их считаете важными

22. Выберите не менее трех материалов (статей) и дайте их краткое описание

23. Проанализируйте, как изменилось ваше понимание коммуникации

24. Проанализируйте как идеи курса вам могут пригодиться в дальнейшей профессиональной жизни

25. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент.

26. Виды и характеристика коммуникаций организаций с органами государственной власти и управления.

27. Принципы организации коммуникаций с представителями органов государственной власти и управления.

28. Сущность и виды конфликтов в организации.

29. Технологии управления конфликтами.

30. Формирование и развитие коммуникаций со СМИ.

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**ПК-1 Способен к управлению эффективной коммуникационной инфраструктурой организации**

**Индикатор ПК-1.1. Знает инструменты и методы управления эффективной коммуникационной инфраструктурой организации**

**Индикатор ПК-1.2. Осуществляет управление эффективной коммуникационной инфраструктурой организации.**

1. Дайте определение PR, его сущности и философии.
2. Сформулируйте цели и задачи PR работы.
3. Перечислите основные технологии и инструменты PR.
4. Составьте перечень возможных целевых аудитории для PR-работы.
5. Перечислите основные каналы коммуникаций.

6. Проанализируйте 5 основных методов антикризисного управления. Сопоставьте их с видами кризисов с точки зрения эффективности.
7. Проанализируйте 6 этапов вывода предприятия из кризиса. Составьте план вывода предприятия X из кризиса.
8. Проанализируйте услуги ТОП-3 компаний, профессионально занимающихся антикризисным управлением. Выделите их преимущества и недостатки.
9. Роль и функция внутренних коммуникаций в структуре менеджента компании.
10. Виды, типы, каналы внутренних коммуникаций в компании.
11. Актуальность внутренних коммуникаций для современных компаний.
12. Типы организационных структур и виды корпоративных культур.
13. Роль лидеров и топ-менеджмента в организации внутрикорпоративных коммуникаций.
14. Роль и функция внутренних коммуникаций в структуре менеджента компании.
15. Виды, типы, каналы внутренних коммуникаций в компании.
16. Актуальность внутренних коммуникаций для современных компаний.
17. Типы организационных структур и виды корпоративных культур. Роль лидеров и топ-менеджмента в организации внутрикорпоративных коммуникаций.
18. Сегментация внутренних целевых аудиторий.
19. Концепция «вовлеченности»: основные характеристики, факторы, закономерности, инструменты измерения. Внутрикорпоративные коммуникации в кризисных ситуациях.
20. Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
21. Каналы внутрикорпоративных коммуникаций.
22. Корпоративные медиа: основные характеристики, значение.
23. Корпоративные мероприятия: индикаторы эффективности.
24. Исследования внутрикорпоративных коммуникаций — оценка эффективности.
25. Проактивное информирование.
26. Внутрикорпоративные коммуникации в кризисных ситуациях.
27. Исследования внутрикорпоративных коммуникаций - оценка эффективности.
28. Приведите практические примеры PR-кампаний из различных сфер: бизнес, брендинг, государство, общество, политика, культура.
29. Назовите методы анализа коммуникационных сред.

30. Назовите методы оценки эффективности PR-работы.

## **ПК-2 Способен к исследованию и планированию цифровой коммуникации**

**Индикатор ПК-2.1. Знает инструменты и методы исследований цифровой коммуникации.**

**Индикатор ПК-2.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере планирования коммуникационных кампаний в цифровой среде.**

1. Комплексный анализ ситуации, включая ситуацию на рынке, бизнес-задачи компании, существующие и потенциальные риски и возможности.
2. Репутационный аудит как инструмент оценки текущей репутации компании/продукта/услуги.
3. Анализ информационного поля: присутствие компании/брендов/продуктов/услуг в СМИ, личное и профессиональное позиционирование спикеров.
4. Целевые аудитории: описание и анализ, задачи по взаимодействию, ожидаемые результаты.
5. Разработка концепции PR-стратегии, определение этапов реализации, подходы к оценке эффективности каждого этапа.
6. Донесение ключевых сообщений через собственные каналы кампании, включая сайт, группы в социальных сетях, корпоративные СМИ, мероприятия.
7. Сотрудники как целевая аудитория и как канал распространения информации.
8. Проанализируйте материал по теме Social media optimization (SMO)
9. Проанализируйте материал по теме Social Media Marketing (SMM)
10. Проанализируйте особенности продвижения в социальных сетях: Instagram
11. Проанализируйте особенности продвижения в социальных сетях: Facebook
12. Проанализируйте критерии по которым можно оценить количество пользователей, пришедших на сайт из социальной сети
13. Проанализируйте прямые и косвенные показатели эффективности SMM
14. Проанализируйте особенности продвижения в мессенджерах
15. Проанализируйте возможности influence marketing в Инстаграм
16. Эффективность коммуникации в области здоровья в социальных медиа.
17. Роль интернета и социальных медиа в протестных движениях.
18. Геймификация в области коммуникации: возможности и ограничения.
19. Интернет мемы: как они распространяются.
20. Речевая агрессия и невежливость в интернет-коммуникации.

21. Экспериментальное исследование медиа-фреймов в онлайн-исследованиях.
22. Эксперименты в области больших данных: возможности для анализа коммуникации.
23. Потребление онлайн-медиа: возможности изучения.
24. Анализ социальных сетей с точки зрения теории коммуникации.
25. Структура рынка цифровых коммуникаций в России: ключевая статистика, основные игроки, тренды.
26. Управление агентством цифровых коммуникаций. Структура и бизнес-процессы в рекламном агентстве.
27. Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах.
28. Стратегический анализ в рекламном агентстве: аналитические подходы, форматы и формы взаимодействия.
29. Стратегия цифрового маркетинга: элементы, экосистема, анализ показателей эффективности.
30. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.

### **ПК-3 Способен к управлению цифровой коммуникацией**

**Индикатор ПК-3.1. Знает инструменты и методы управления цифровой коммуникацией.**

**Индикатор ПК-3.2. Осуществляет комплексное управление коммуникационной кампанией в цифровой среде с учетом больших данных.**

1. Перечислите основные направления использования больших данных для аналитики в области связей с общественностью
2. Перечислите основные направления использования больших данных для аналитики в области маркетинга и рекламы
3. Сформулируйте актуальные тренды коммуникационной индустрии
4. Обоснуйте выбор будущей профессии
5. Перечислите источники данных
6. Назовите основной инструментарий для работы с большими данными
7. Охарактеризуйте основные платформы для медиапланирования
8. Охарактеризуйте основные платформы для визуализации данных
9. Проведите маркетинговый анализ для бренда, выбранного самостоятельно, и предложите стратегию решения задачи в соответствии с брифом, презентуйте проект.
10. Представьте визуализацию данных для бренда, выбранного самостоятельно.



11. Сформулируйте основные понятия сферы digital-маркетинга.
12. Перечислите инструменты digital- коммуникаций.
13. Назовите основные разделы клиентского брифа.
14. Сформулируйте назначение и роль креативного брифа.
15. Выпишите ключевые положения закона «О национальной платежной системе».
16. Перечислите стадии финансирования участников рынка венчурного финансирования.
17. Опишите особенности Бизнес-стратегий.
18. Опишите особенности Digital-стратегий.
19. Опишите Digital-креатив в цепочке от бизнес-стратегии.
20. Опишите виды брифов на digital-креатив и их роль.
21. Цели, задачи и функции рекламы в государственной информационной политике государства.
22. Основы рекламной коммерческой деятельности: термины, классификация, рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие.
23. Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике.
24. Проблемы развития отечественного рынка рекламы. Мировой рынок рекламы.
25. Актуальные политические проблемы, обусловленные нарастающей информатизацией общества.
26. Актуальные проблемы информационной политики, обусловленные созданием глобального информационного пространства. Информационное противоборство в современных СМИ.
27. Процесс медиатизации политики.
28. Использование СМИ в процессе формирования имиджа организации, государственных органов, страны.
29. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов.
30. Паблик рилейшнз и реклама как составляющие информационной политики.