Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 03489EA30058B4708C45B74E4D79B70F27
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Фонд оценочных средств оценки результатов освоения основной профессиональной образовательной программы «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден
на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол № 4а от «26» января 2026 года

Москва 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

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

Индикаторы:

УК-1.1. Знает: анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.

УК-1.2. Умеет: осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения.

УК-1.3. Владеет: разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Выберите из предложенных вариантов правильный и продолжите предложение: проблемная ситуация представляет собой:

a) несоответствие между новыми фактами и старыми методами их объяснения
b) противоречие между теорией и новыми научными фактами
c) противоречие между теорией и практикой
d) логическое противоречие в научной теории

2. Выберите из предложенных вариантов правильный и продолжите предложение: результатом выхода из проблемных ситуаций является:

a) новое научное знание
b) выявление путей к объяснению новых знаний
c) конструирование новых, рационально осмысленных форм организации теоретического знания
d) установка специфики функционирования теории

3. Выберите из предложенных вариантов правильный и продолжите предложение: составление матрицы попарных сравнений предполагает:

a) метод «ДЕЛЬФИ»
b) SWOT – анализ
c) морфологический метод
d) метод «ПАТТЕРН»

4. Выберите из предложенных вариантов правильный и продолжите предложение: понятие рациональности применимо к таким параметрам всякой деятельности как:

a) предположение и поиск истины
b) создание гипотезы
c) цель и действие
d) определение проблемы

5. Укажите источники информации, которые можно использовать в научном исследовании:

a) учебники, монографии, научные статьи
b) авторефераты диссертаций, материалы конференций, справочники
c) статьи из Википедии, научные публикации, словари

d) научные отчеты, статьи практиков с официальных сайтов организаций, статистические данные

6. Выберите правильный ответ на вопрос: какие документы можно использовать в качестве источников научной информации?

a) только опубликованные документы
b) неопубликованные документы, существующие на правах рукописи
c) непубликуемые документы с грифом «секретно»
d) все вышеперечисленное

7. Установите правильную историческую последовательность в смене парадигм научных картин мира и запишите свой ответ:

a) Ньютоновская
b) Аристотелевская
c) Эйнштейновская

Правильный ответ:

_____

8. Выберите правильный ответ на вопрос: какие источники информации относятся к вторичным?

a) библиографические пособия,
b) реферативные сборники,
c) обзоры, рецензии
d) все вышеперечисленное

9. Выберите из предложенных все правильные ответы на вопрос: что следует выполнить при постановке и решении научных проблем?

a) определить систему понятий, с помощью которых исследователь будет фиксировать те или иные проблемы
b) создать резервную информацию
c) определить систему методов, избираемую с учетом целей исследования и характера решаемых проблем
d) опираться на научные традиции
e) установить специфику функционирования

10. Выберите из предложенных вариантов ответов все, относящиеся к причинам недостоверности информации:

a) внешняя угроза
b) преднамеренное искажение (дезинформация)
c) межличностные взаимоотношения
d) искажение в результате воздействия помех («испорченный телефон»)
e) значение реального факта преувеличивается или приуменьшается (слухи, рыбацкие истории)

11. Сопоставьте принципы научной этики и их описание и запишите ответ в виде сочетаний двух букв:

a) коллективизм
b) универсализм
c) скептицизм
d) бескорыстность

e) при опубликовании научных результатов исследователь не должен стремиться к получению какой-то личной выгоды, кроме удовлетворения от решения проблемы

f) оценка любой научной идеи или гипотезы должна зависеть только от ее содержания и соответствия техническим стандартам научной деятельности, а не от социальных характеристик ее автора, например, его статуса

g) исследователи должны критично относиться как к идеям, выдвигаемым их коллегами, так и к собственным идеям

i) результаты исследований должны быть открыты для научного сообщества

Правильный ответ:

_____

12. Сформулируйте этапы проведения метода иерархий и запишите ответ.

Правильный ответ:

_____

13. Сформулируйте план действий по проведению SWOT – анализа и запишите ответ.

Правильный ответ:

_____

14. Назовите критерии, по которым Вы сможете определить степень доказательности научной гипотезы.

Правильный ответ:

_____

15. Перечислите задачи исследования, цель которого — разработка маркетингового проекта продвижения РосНОУ на интернет-платформе «Дзен» (далее – Дзен).

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

УК-2.1. Знает: определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет этапы жизненного цикла проекта.

УК-2.2. Умеет: организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами.

УК-2.3. Владеет: представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение).

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Укажите верный ответ на вопрос: инициация проекта – это стадия процесса управления проектом, результатом которой является:

a) санкционирование начала проекта

b) утверждение сводного плана

c) окончание проектных работ
d) подведение итогов проекта

2. Укажите верный ответ на вопрос: календарный план проекта – это:

a) документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их взаимосвязь, последовательность и сроки выполнения, продолжительности, а также исполнителей и ресурсы, необходимые для выполнения работ проекта
b) сетевая диаграмма
c) план по созданию календаря
d) документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта

3. Продолжите предложение, выбрав из предложенных правильный вариант: концепция проекта…

a) должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором, спонсором и др.
b) должна обязательно содержать сводный календарный план проектных работ
c) должна обязательно быть оформлена в виде паспорта проекта
d) должна обязательно содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

4. Укажите верный ответ на вопрос: кто ответственен принять решение, если в проект добавлены дополнительные работы и он выходит за рамки финансирования:

a) спонсор проекта
b) менеджер проект
c) топ-менеджер (старший менеджер) проекта
d) команда проекта

5. Укажите верный ответ на вопрос: кто контролирует проект во время этапа планирования:

a) менеджер проекта
b) инвестор
c) функциональный менеджер
d) заказчик

6. Укажите верный ответ на вопрос: во время какой фазы жизненного цикла создается Устав проекта:

a) инициации
b) планирования
c) исполнения
d) координации

7. Выберите правильное определение вехи проекта:

a) событие, дата или контрольная точка, обозначающие достижение важных промежуточных результатов
b) период завершения важных работ проекта
c) оценка промежуточных результатов, не имеющая длительности
d) завершение проекта

8. Укажите верный ответ на вопрос: диаграмма Ганта – это:

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

b) документ, устанавливающий основные ресурсные ограничения проекта
c) графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта
d) дерево ресурсов проекта

9. Соотнесите описание названий этапов проекта и их содержания. Запишите на отдельной строке те этапы, описание которых дано НЕ верно.

a) инициация - на этом этапе менеджер осуществляет старт работы над концепцией, подготовку к ее планированию и реализации

b) планирование - на этом этапе происходит последовательное выполнение всех запланированных задач и работ

c) исполнение - на этом этапе менеджер разбивает рабочий процесс на мелкие задачи, создает команду, распределяет роли, разрабатывает пошаговую последовательность выполнения задач и обозначает сроки

d) завершение - на этом этапе менеджер контролирует ресурсы и своевременное выполнение задач, координирует участников команды, оперативно вносит правки в план проекта в случае непредвиденных обстоятельств

e) контроль - на этом этапе менеджер сдает проект вместе с документацией клиенту или команде, которая будет его вести в будущем

10. Укажите все верные варианты ответа на вопрос: какие задачи Вы включите в этап разработки проекта как его руководитель:

a) сбор исходных данных
b) определение целей и задач проекта
c) назначение руководителя и формирование команды проекта
d) разработка содержания проекта
e) подведение итогов работ
f) подготовка отчетной документации

11. Соотнесите между собой информацию и запишите правильный ответ в виде сочетания двух букв:

a) производственные ресурсы
b) трудовые ресурсы
c) информационные ресурсы

d) специалисты, руководители проекта, руководство организации, обслуживающий персонал

e) станки, оборудование, инструменты, материалы, сырье, комплектующие и другие

f) компьютеры, базы данных, программы для ПК

Правильный ответ:

_____

12. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание:

Правление банка поручило менеджеру кадрового отдела, ответственному за оплату труда, разработать схему премирования высшего руководящего состава банка. Как того и требует алгоритм построения сетевого графика, менеджер составил список ключевых задач по проекту. Далее менеджер должен был определить последовательность выполнения каждого шага и составить сетевой график выполнения порученного проекта.

Запишите на отдельной строке правильную последовательность ключевых задач по данному проекту, используя предложенный список:

a) начать разработку проекта

b) на основании результатов встреч составить полный список требований к системе премирования

c) встретиться с каждым членом совета директоров и руководителями управлений и выслушать их соображения по поводу системы премирования

d) провести презентацию

e) приобрести описания систем премирования других банков

f) разработать систему премирования

g) составить список отличительных черт систем премирования других банков

Правильный ответ:

---

13. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание:

Ваша компания занимается производством корпусной мебели. Тип производства – мелкосерийный. Производство находится в небольшом городе, численность сотрудников – 15 человек, большая часть из них работает на предприятии более 25 лет. Новые технологии производства и продвижения продукции применяются слабо. Ассортимент стабильный, обновляется редко. Наблюдается стабильный спад интереса к продукции Вашей компании со стороны потребителей. Для того, чтобы оставаться конкурентоспособной, Ваша компания должна постоянно обновлять свой ассортимент.

Запишите, какие слабые стороны (не менее 3-х) организации не позволяют ей быть конкурентоспособной. На одну из слабых сторон предложите проект мероприятия, которое позволит в дальнейшем ликвидировать эту слабую сторону.

Правильный ответ:

---

14. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание:

Ваша компания планирует открыть свою фирму по производству детских игрушек для российского потребителя, которые будут представлять собой отечественный аналог игрушек компании Lego.

Обоснуйте, какие факторы внешней среды организации могут 1) способствовать и 2) препятствовать успешной реализации Вашего проекта. Предложите не менее 3-х факторов по каждому направлению. Ответы запишите на отдельной строке по образцу: 1)….. 2)……

Правильный ответ:

---

15. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание.

Туристическая компания, ориентированная на зарубежные туры в Европейские страны, столкнулась с проблемой санкций и невозможности организовывать туристические маршруты в данном направлении. У руководства компании возникают две противоположные идеи, которые они могут реализовать:

a) переориентировать свою работу на внутренний рынок и предлагать туристам уже разработанные предложения, пользующиеся спросом;

b) переориентировать свою работу на внутренний рынок и разработать свои уникальные авторские продукты, аналогов которых нет на отечественном рынке.

Проанализируйте оба проекта и определите, с какими трудностями и почему могут столкнуться компании при реализации каждого из предложенных проектов. Приведите не менее 2-х проблем, которые могут возникнуть у фирмы при реализации каждого проекта.

Правильный ответ:

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

Индикаторы:

УК-3.1. Знает: планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды, организует обсуждение разных идей и мнений.

УК-3.2. Умеет: учитывает в профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/ взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий.

УК-3.3. Владеет: владеет навыками преодоления возникающих в команде разногласий и конфликтов на основе учета интересов всех сторон, предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Продолжите предложение, выбрав правильный вариант из предложенных: сущность командообразования как технологии организации и руководства командой сотрудников, состоит в:

a) объединении нескольких групп для совместной деятельности
b) гуманистическом подходе к работе
c) принципе сплоченности коллектива
d) повышении качества работы коллектива

2. Укажите верный вариант ответа: процесс целенаправленного планирования и формирования особого способа взаимодействия людей в организованной группе, позволяющего эффективно реализовывать их энергетический, интеллектуальный и творческий потенциал сообразно стратегическим целям организации, называется:

a) командообразование
b) групповая сплоченность
c) ценностно-ориентационное единство
d) управление персоналом

3. Укажите верный ответ на вопрос: начальный этап командообразования, на котором осуществляется целенаправленный подбор членов команды на основе принципа максимальной однородности участников, учитывающего требование взаимодополняемости — это:

a) комплектование команды
b) формирование общего видения
c) знакомство
d) подбор команды

4. Продолжите предложение, выбрав правильный вариант из предложенных: менеджер, который занимается командообразованием, должен владеть технологиями:

a) делегирования полномочий сотрудникам
b) осуществления руководства внутренним PR
c) контроля всех основных технологических процессов в организации
d) контроля всех организационных коммуникаций

5. Укажите все верные ответы на вопрос: с помощью каких технологий менеджер команды может обеспечивать эффективную командную работу?

a) командное вознаграждение

b) открытые коммуникации
c) тотальный контроль
d) четкое планирование деятельности членов команды

6. Продолжите предложение, выбрав правильный вариант из предложенных: формирование менеджером команды системы согласованных представлений членов команды о том, к чему надо стремиться, называется:
a) формирование общего видения
b) формирование групповых стереотипов
c) формирование представлений о своей роли в команде
d) формирование командных ценностей

7. Укажите все верные ответы на вопрос: что влияет на качество коммуникаций в команде:
a) уровень системы ценностей
b) уровень заработной платы сотрудников
c) уровень образования
d) сплоченность команды

8. Укажите верный ответ на вопрос: «порог управляемости» в команде — это:
a) численность подчиненных, при которой команда выходит из-под контроля
b) минимально допустимое число руководителей в организации
c) коммуникационные преграды между руководителем и подчиненным
d) необходимые профессиональные знания

9. Для коллективной работы требуется налаженная ролевая структура, где определенному человеку отведена своя роль, с которой сотрудник справляется лучше всего. Точное определение групповых ролей возможно с помощью технологии Р.М. Белбина, который учитывал возможности распределения командных ролей в соответствии с индивидуальными характеристиками членов команды. Перед собой Вы видите название командных ролей и описание характеристик, которыми должен обладать человек, для грамотного выполнения каждой роли.

Соотнесите название роли и характеристики, соответствующие этой роли. Ответ запишите на отдельной строке.

a) исполнитель
b) генератор идей
c) оценивающий
d) председатель (координатор)

e) лидер с высоким уровнем способностей и уверенностью в себе
f) аккуратный, пунктуальный, самостоятельный
g) объективный, с аналитическим складом ума
i) креативный, нетерпимый к критике

Правильный ответ:

_____

10. По теории Р.М.Белбина, в команде существует три категории ролей по их трудовым особенностям: роли действия, социально-направленные роли и интеллектуальные роли.

Распределите по группам (категориям) все командные роли в соответствии с теорией Р.М.Белбина.

Группы ролей:

1. роли действия
2. социально направленные роли
3. интеллектуальные роли

Роли:

a) специалист
b) мотиватор
c) генератор идей
d) реализатор
e) душа команды
f) контролер/завершитель
g) аналитик
h) координатор
i) исследователь ресурсов

Правильный ответ:

_____

11. Вы – руководитель команды. Команда принимает участие в выполнении различных заданий и решении многочисленных задач. На каждом этапе деятельности Вам понадобятся сотрудники, способные выполнять различные роли.

Распределите этапы работы и виды ролей, необходимые на каждом из этапов. Ответ запишите на отдельной строке.

Этапы:

1. этап генерации идей
2. этап организации и управления
3. этап выполнения рабочих задач

Роли:

a) специалист
b) мотиватор
c) генератор идей
d) реализатор
e) душа команды
f) контролер/завершитель
g) аналитик
h) координатор
i) исследователь ресурсов

Правильный ответ:

_____

12. Проанализируйте предложенную ситуацию. Предложите правильный ответ с точки зрения командной работы и поясните свой выбор:

Алексей-новый сотрудник в Вашем офисе. Поскольку у Вас есть опыт использования офисной системы, Ваш руководитель поручил Вам помочь Алексею изучить ее основы. Хотя Вы считаете, что система очень интуитивно понятна и проста в использовании, Алексей, похоже, испытывает большие трудности в ее понимании и после Вашего инструктажа. Что Вы должны сделать?

Правильный ответ:

_____

13. Проанализируйте предложенную ситуацию. Предложите правильный ответ с точки зрения командной работы и поясните свой выбор:

Вы были назначены руководителем отдела обслуживания клиентов в крупной организации. Вам сообщили, что предыдущий руководитель этого отдела был уволен из-за резкого снижения удовлетворенности клиентов. В отделе также наблюдается снижение дисциплины сотрудников. Но никто не знает, что вызывает все эти проблемы. Что бы Вы сделали в данной ситуации?

Правильный ответ:

_____

14. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание.

В современной жизни постоянно появляются новые веяния, тенденции, технологии. Такой новой технологией управления бизнесом является и командообразование. Для достижения определенных целей недостаточно владеть определенными знаниями и умениями. Какой бы талантливый человек ни был, в одиночку решить все проблемы, и тем долее вести бизнес – невозможно. Поэтому актуальным считается создание сильных команд, которые способны вместе эффективно решать огромное количество сложных и многоплановых задач. Командообразование позволяет создать не только сплоченный коллектив, а сделать сотрудника игроком команды.

Сформулируйте и перечислите преимущества для фирмы, если ее сотрудники — одна команда. Сделайте не менее трех предположений.

Правильный ответ:

_____

15. Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задание:

В современной жизни постоянно появляются новые веяния, тенденции, технологии. Такой новой технологией управления бизнесом является и командообразование. Для достижения определенных целей недостаточно владеть определенными знаниями и умениями. Какой бы талантливый человек ни был, в одиночку решить все проблемы, и тем долее вести бизнес – невозможно. Поэтому актуальным считается создание сильных команд, которые способны вместе эффективно решать огромное количество сложных и многоплановых задач. Командообразование позволяет создать не только сплоченный коллектив, а сделать сотрудника игроком команды. При этом не всегда и не везде следует применять и внедрять технологии командообразования.

Сформулируйте, в каких случаях и ситуациях технологии командообразования могут навредить организации и ее коллективу. Сделайте не менее трех предположений.

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

УК-4.1. Знает: демонстрирует интегративные знания, необходимые для выполнения, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.).

УК-4.2. Умеет: представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.

УК-4.3. Владеет: владеет жанрами письменной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Укажите термин, которому соответствует следующее определение:

совершенствование формы и содержания материала, предусматривающее проверку фактов, устранение смысловых ошибок, прочих недочётов, работу под композицией рукописи – это:

a) реферирование
b) редактирование
c) аннотирование
d) перефразирование

2. Укажите все фразы научного текста, требующие редактирования:

a) интерес к проблеме обусловлен...
b) среди учёных, занимающихся данной проблемой, нет полного согласия…
c) эта проблема апробируется в следующих работах…
d) в исследовании данной проблемы можно выделить несколько направлений…

3. Укажите фразу, которая НЕ нуждается в редактировании:

a) в условиях обострения конкурентной борьбы и негативного влияния мирового финансового кризиса, санкционного давления на российскую экономику, одним из слагаемых эффективности отечественных предпринимательских структур является перспектива повышения их рентабельности
b) большое значение в разработке рассматриваемой проблемы сыграли научные труды, как отечественных, так и зарубежных экономистов, и финансистов
c) предприятие функционирует эффективно и прибыльно, если суммы выручки от реализации продукции достаточно не только для покрытия затрат на реализацию, но и для образования прибыли
d) одной из актуальных задач современного этапа развития экономики является повышение рентабельности и доходности предприятия

4. Укажите все фразы, которые не используются в академических текстах:

a) подход реализован в работах таких ученых…
b) в исследовании данной проблемы можно выделить несколько школ…
c) арендодатель обязуется предоставить имущество за плату во временное владение
d) начало этой статьи привело меня в такой восторг, что я охотно бы тотчас поскакал в Москву познакомиться с автором ее и прочесть поскорее ее продолжение, если бы это было можно

5. Task. Choose the correct answer:

I got my <u>first degree</u> in physics and then I switched over to the field of chemistry.

a) первая степень
b) степень бакалавра
c) второй уровень
d) бакалавр

6. Task. Choose the correct answer:

I got my <u>doctorate</u> in economics two years ago.

a) ученая степень кандидата наук

b) ученая степень доктора философии
c) ученая степень кандидат экономических наук
d) ученая степень доктора экономических наук

7. Task. Choose the correct answer:

I left England to go to the USA to be a student of advanced mathematics. In the USA I earned the degree of Master of Science and also Ph.D.

a) доктор психологических наук
b) доктор естественных наук
c) доктор математических наук
d) доктор философии

8. Task. Choose the correct answer:

I am twenty-six years old and have just completed my master's degree in science. Now I'm studying my Ph. D. program and I'm going to begin my doctoral thesis next September.

a) диссертационная тема
b) диссертационная работа
c) диссертационная программа
d) диссертационная цель

9. Выберите из предложенных вариантов все формы вербального представления результатов научного эксперимента на научно-практической конференции:

a) презентация
b) доклад
c) статья
d) видеоролик

10. Расположите части научной статьи в правильной последовательности:

a) ключевые слова
b) аннотация
c) название
d) литература
e) текст

Правильный ответ:

_____

11. Task. Complete the dialogue:

- Let's go to a student's conference. The theme is Academic Culture.
- Could you explain to me what Academic Culture is?
- Yes, of course, I'll do it with pleasure. Academic culture in the UK values initiative, and expects students to follow coursework and manage their academic progress independently. Have you understood what Academic Culture is?
- Yes, …… . Thank you. You helped me a lot.

Правильный ответ:

_____

12. Прочтите фрагмент и определите жанр данного текста:

«Об одной модели сценарной метонимии в рекламе

Гайнутдинова А.А., научный руководитель проф. Илюхина Н.А.

(Самарский национальный исследовательский университет им. ак. С.П.Королева)

Объектом внимания стал сценарный тип метонимии, выделенный на основе когнитивного принципа в статьях Н. А. Илюхиной [1; 2]. Сценарная метонимия характерна для глаголов и наблюдается при номинации деятельности комплексного характера, событий.

В рекламе товаров и услуг разных категорий, в корпоративных слоганах часто используются конструкции, информирующие потребителя о результате посещения учреждения, использования товара:

Почувствуйте себя телезвездой (салон красоты «TV Style»).

Почувствуй себя богиней (салон красоты «Клеопатра»).

Почувствуй себя совершенной (косметологическая клиника «Совершенство»).

Результатом покупки и использования товара либо оплаты услуги в слогане объявляется чувство удовлетворения, ощущение собственной привлекательности. Такие слоганы рассчитаны прежде всего на женскую аудиторию.

Кроме конструкции Почувствуй себя... в рекламных слоганах используются и другие, также актуализирующие информацию о результате. При этом называется такой результат, который является безусловно привлекательным для любого человека…Внимание потребителя сосредоточивается на результате, достичь которого возможно, лишь купив товар определенной марки или посетив конкретный салон или клинику.

Рассмотренная модель используется, во-первых, для создания более выгодного образа товара или услуги. Во-вторых, она обеспечивает краткость и лаконичность самого текста слогана…

Использованная литература:

1. Илюхина Н.А. Сценарная метонимия: механизм образования и некоторые разновидности // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 11 (133). — С. 9-16.

2. Илюхина Н.А. О типологии лексической метонимии в свете когнитивного принципа // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 7. — С. 36-48.»

Правильный ответ:

_____

13. Ответьте на вопрос: что обосновывается в тексте научной статьи, который содержит следующие фразы:

Данный вопрос в последние годы оказывается в фокусе исследовательского внимания. Объясняется это тем, что утомляемость влияет не только на физическое состояние человека, но и его успешность…

Правильный ответ:

_____

14. Task. Give the parts of structuring an academic presentation in correct order.

Правильный ответ:

_____

15. Task. Read the fragment of the essay «Manners of intercultural business» and answer the following question:

I would like to say a few words about the manners of doing intercultural business. In most countries, an exchange of business cards is essential for all introductions. You should include your company name and your position. In Russia, you can hand over your business card, as if by chance. If you are going to a country where your language is not widely spoken, you can get the

reverse side of your card printed in the local language. In Japan you must present your card with both hands, with the writing facing the person you are giving it to.

How do you present your business card in Japan and your country?

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

УК-5.1. Знает: учитывает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь.

УК-5.2. Умеет: обеспечивает и поддерживает взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и демонстрирует навыки общения в мире культурного многообразия.

УК-5.3. Владеет: владеет способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и находит пути их разрешения.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Укажите термин, соответствующий определению: самоотождествление человека с культурной группой, принятыми в этой группе ценностями и нормами поведения - это:

a) интерпретация культуры
b) культурная революция
c) культурная идентичность
d) культурный шок

2. Укажите необходимое свойство диалога культур:

a) возвышение одной культуры над другими
b) взаимодействие различных культурных ценностей и норм
c) отказ от ценностей одной культуры в пользу норм и ценностей другой культуры
d) законодательное закрепление принципиально новых культурных ценностей

3. Выберите черту, характерную, согласно теории Э. Холла о высоко- и низкоконтекстуальных культурах, для низкоконтекстуальных культур:

a) открытое выражение недовольства
b) уклонение от конфликта и выяснения проблем
c) присутствие в речи многозначительных пауз
d) внимание к тону, манере ведения разговора

4. Укажите правильный ответ на вопрос: какое высказывание является типичным для представителя культуры с высокой дистанцией власти?

a) власть всегда имеет лицо
b) каждый сам отвечает за свой результат
c) главное – решить конкретную задачу
d) вышестоящие всегда доступны

5. Укажите правильный ответ на вопрос: какое высказывание является типичным для представителя культуры с высоким уровнем избегания неопределенности?

a) лучше синица в руках, чем журавль в небе
b) ресурс группы – будущее
c) главное добиться того, чего нет
d) стремление к изменениям – залог успеха

6. Укажите правильный ответ на вопрос: какая характеристика свойственна представителям феминнной культуры?

a) эмоциональность
b) рациональность
c) однозначность
d) целеустремленность

7. Укажите правильный ответ на вопрос: какому типу культурной трансмиссии соответствует определение: «…процесс приобщения индивида к культуре, усвоение им определенных привычек, норм и стереотипов поведения»?

a) инкультурация
b) социализация
c) аккультурация
d) сепарация

8. Назовите год, когда была принята Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном многообразии?

a) 1945 г.
b) 1966 г.
c) 1998 г.
d) 2001 г.

9. Установите и запишите правильную последовательность форм выражения неприязненного отношения от менее негативных к более негативным

a) неприязненные высказывания
b) истребление
c) дискриминация
d) физическое нападение

Правильный ответ:

_____

10. Соотнесите культурные традиции и страны, с которыми эти традиции связаны:

a) праздник цветения сакуры
b) Алые паруса
c) Праздник Марии (начало карнавала)
d) День святого Патрика

e) Ирландия
f) Италия
g) Япония
h) Россия

Правильный ответ:

_____

11. Выберите из предложенного списка процессы, затрудняющие взаимодействие представителей разнообразных культур в современном мире:

a) нетерпимость к обычаям и традициям другой культуры
b) нежелание изучать язык и культуру других народов

c) стремление проанализировать истоки и исторические причины традиций различных культур

d) уважительное отношение к правилам и нормам других культур

e) опасение исчезновения собственных культурных традиций и обычаев

12. Прочитайте отрывок текста и ответьте на вопрос: какой стратегии поведения в конфликте придерживаются участники конфликта?

«…обе стороны конфликта идут на взаимные уступки, частично отказываясь от своих требований. В результате доброжелательных переговоров и взаимных уступок стороны приходят к соглашениям в равной степени выгодным им»?

Правильный ответ:

_____

13. Прочитайте и ответьте на вопрос: применение какого способа разрешения межэтнического конфликта является наиболее приемлемым, если стороны конфликта намерены сами избрать процедуру примирения, в том числе с участием сторон-посредников?

Правильный ответ:

_____

14. Проанализируйте ситуацию и выполните задание.

Отдельные болельщики, которые приехали на Чемпионат мира по футболу в Катаре в 2022 году, с изумлением узнали, что Катар – мусульманская страна. С какими культурными правилами, не характерными для стран Запада, столкнулись спортивные болельщики?

Правильный ответ:

_____

15. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопрос: в связи с политическими событиями 2022 года в странах США и Западной Европы началась «отмена русской культуры». Перечислите традиции, культурные явления, достижения русской культуры, которые, по Вашему мнению, не могут быть «отменены» политическими решениями.

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

УК-6.1. Знает: находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.

УК-6.2. Умеет: самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста.

УК-6.3. Владеет: планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, требований рынка труда, имеющихся ресурсов.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Укажите правильный ответ на вопрос: для построения программы саморазвития личности составляется схема, на которой обозначаются качества личности, а также реальный и желаемый уровень их развития. Как называется такая схема?

a) эпюра
b) график
c) таблица
d) гистограмма

2. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения активно включаться в новые виды деятельности, браться за дело, не дожидаясь чьих-либо указаний, быть готовым делать больше, чем требуют окружающие»?

a) инициативность
b) ответственность
c) организованность
d) самообучаемость

3. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения заражать других своими идеями, выступать лидером, вовлекать людей в свои проекты»?

a) умение воодушевлять людей
b) инициативность
c) организованность
d) умение реализовать свои замыслы

4. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения легко устанавливать контакты между людьми, достигать взаимовыгодных договоренностей между сторонами даже в конфликтных условиях»?

a) умение согласовывать интересы
b) организованность
c) инициативность
d) умение воодушевлять людей

5. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения определять, что конкретно хочется получить, настойчивость в достижении намеченного, доведение дела до конца»?

a) умение реализовывать замыслы
b) самообучаемость
c) инициативность
d) ответственность

6. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения выполнять взятые на себя обязательства, без перекладывания своих обязанностей на других»?

a) ответственность
b) инициативность
c) организованность
d) умение согласовывать интересы

7. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие умения расширять кругозор в сочетании с неподдельным интересом к новому, испытание удовольствия от приобретения новых знаний, овладения новыми навыками»?

a) самообучаемость
b) инициативность
c) ответственность
d) организованность

8. Укажите правильный ответ: о развитии какой универсальной компетенции идет речь: «одной из задач саморазвития личности является развитие «умения расставить приоритеты, согласовывать действия с четко поставленными целями, выполнять сначала главное, а потом второстепенное»?

a) организованность
b) инициативность
c) умение реализовать свои замыслы
d) ответственность

9. Укажите правильное соответствие между стимулами саморазвития (указаны цифрами) и их характеристиками (указаны буквами):

1) видение
2) цель
3) мечта
4) дерево целей

a) образ желаемого будущего
b) структурированная, построенная по иерархическому принципу схема совокупности целей
c) визуальный образ наиболее желанного итога реализации замыслов
d) образ желаемого результата

Правильный ответ:

_____

10. Укажите правильное соответствие между критериями эффективности цели профессионального роста по SMART-тесту (указаны цифрами) и их характеристиками (указаны буквами):

1) конкретность
2) измеримость
3) достижимость
4) выгодность
5) временные рамки

a) определение преимуществ, которые Вам дает достижение цели профессионального роста
b) определение даты и установки дедлайна достижения цели профессионального роста
c) определение внешних (объективных) и внутренних (субъективных) признаков профессионального роста, продвижения к реализации цели
d) определение того, насколько реальна реализация поставленной цели профессионального роста
e) формирование четкого образа желаемого результата профессионального роста

Правильный ответ:

_____

11. Укажите правильную последовательность реализации этапов повышения эффективности цели профессионального роста по технологии SMART-теста:

a) курсы завершаются 28 декабря 2023 года

b) с целью профессионального роста, я хочу пройти курсы на базе центра непрерывного образования РосНОУ объемом 144 часа в очно-заочном формате и получить удостоверение о повышении квалификации «Менеджмент в современной организации»

c) прохождение курсов выгодно для меня, т.к. расширяет мои преимущества на работе, позволит мне претендовать на руководящую должность и даст возможность пройти ежегодную аттестацию кадров

d) данная цель достижима, препятствий в ее реализации нет

e) свой прогресс в достижении этой цели я буду измерять по результатам тестирования и выполнения практических заданий по пяти темам курса

Правильный ответ:

_____

12. Прочитайте и ответьте на вопрос: применение какой технологии персональной эффективности является наиболее оптимальным в этом случае: «В ходе прохождения собеседования, работодатель дал Вам задание разработать план совершенствования личностных качеств, которые в первую очередь помогут Вашему карьерному росту в организации»?

Правильный ответ:

_____

13. Прочитайте и ответьте на вопрос: применение какой технологии персональной эффективности является наиболее оптимальным в этом случае: «При планировании профессиональной траектории Вам необходимо определить и осмыслить внутренние и внешние ресурсы, составляющие Ваши сильные качества и возможности или являющиеся помехами и ограничениями в достижении цели»?

Правильный ответ:

_____

14. Прочитайте и ответьте на вопрос. Применение какой технологии персональной эффективности является наиболее оптимальным в этом случае: «Для успешного прохождения собеседования по поводу предстоящей стажировки Вам необходимо определиться с вопросами: что обсуждать? С кем, где и когда? Что подготовить? Как сформулировать цель беседы?»

Правильный ответ:

_____

15. Прочитайте и ответьте на вопрос. Применение какой технологии персональной эффективности является наиболее оптимальным в этом случае: «Магистрант Артём решил согласовать планирование своей профессиональной траектории и карьерного роста с

достижением других стратегически важных целей в сфере образования, семьи, здоровья, духовного развития и др.»?

Правильный ответ:

_____

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ 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.

Индикаторы:

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

ОПК-1.2. Умеет: управлять 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.

ОПК1.3. Владеет: навыками анализа изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Выберите один правильный ответ. Каким целям могут служить корпоративные издания?
   a) Целям внутреннего PR
   b) Целям внешнего PR
   c) Целям внутреннего и внешнего PR

2. Выберите один правильный ответ. На основании чего должны составляться коммуникационные обращения?
   a) проведенных маркетинговых исследований
   b) свободных денежных средств фирмы
   c) распоряжений руководителя предприятия
   d) рекламных роликов конкурентов

3. Выберите один правильный ответ. Что такое паблисити?
   a) создание эффективного рекламного ролика
   b) информация из независимых источников, которая имеет для СМИ ценность новости
   c) раздача бесплатных пробных образцов новых товаров
   d) проведение конкурсов среди лояльных потребителей фирмы

4. Выберите один правильный ответ. В чем заключается основная цель паблисити?
   a) уменьшение налогов
   b) уменьшение затрат на рекламу
   c) создании популярности компании
   d) увеличение объемов продаж

5. Выберите все правильные варианты. Что является причиной малосодержательного выступления?
   a) выступающий находится в плену потока ассоциаций и говорит много слов, а мыслей подает мало
   b) оратор подменяет тему выступления другой темой, в результате чего получается сообщение содержательное, но не то, что ожидают присутствующие

c) оратор владеет таким объемом материала, что не может разобраться в избыточной информации

d) оратор плохо подготовлен

6. Выберите все правильные варианты. Что важно для ведущего совещание?

a) умение подать реплику

b) умение сопоставлять и приводить к общей точке зрения мнения оппонентов

c) способность придать совещанию завершенность

d) критика выступлений, в которых излагается отличающаяся от его собственной точка зрения

7. Выберите все правильные варианты. Что важно для эффективного начала беседы и самопрезентации?

a) иметь приятный для визави внешний вид (одежду, головной убор, прическу...) и выражение лица

b) обращаться к собеседнику по имени, наклоняясь в разговоре несколько к нему

c) сказать пару комплиментов об отменном вкусе, репутации и деловых способностях объекта

d) начать с извинений и других проявлений неуверенности

8. Выберите то определение коммуникации, которое, на ваш взгляд, лучше других коррелируется с понятием «информация».

a) Коммуникация – это общение.

b) Коммуникация – это conditio sine qua non (неисключимое, непременное условие) жизни человека и порядка в обществе.

c) Коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств.

d) Коммуникация – это некое исторически-конкретное протекающее, зависимое от контекста событие, специфическая операция, характеризующая исключительно социальные системы, в ходе которой происходит перераспределение знания и незнания.

9. Сопоставьте пиар-документы и их определения.

a) пресс-релиз

b) пресс-кит

c) бэкграундер

d) ньюслеттер

e) буклет

f) Информационное сообщение, содержащее новость об организации изложение ее позиции по какому-либо вопросу, передаваемое для публикации в СМИ

g) Сборник нескольких PR-документов, обычно раздаваемый журналистам на PR-мероприятиях

h) Краткое изложение основных фактов о компании: количество сотрудников, расположение офисов, направления работы, сферы деятельности, финансовые итоги последнего года, позиция на рынке (место в рейтингах), достижения в отрасли (выигранные тендеры, конкурсы, лауреатство) и прочее

i) Подборка оперативной полезной информации, которая предназначается для регулярной рассылки представителям целевой аудитории: сотрудникам компании, клиентам, партнерам и т. д.

j) Информационно-рекламное представление компании, ее руководства и коллектива, ее специализации, позиции на рынке, производимых товаров и оказываемых услуг

Правильный ответ:

---

10. Сопоставьте приемы публичной речи и их эффекты.

a) Приём публичной речи, в котором используется вовлечение аудитории в спор как словесное состязание, обмен мнениями с целью добиться истины путем сопоставления различных мнений

b) Приём публичной речи, в котором стимулируются мыслительные усилия слушателя, что при отсутствии должной полноты информации, в свою очередь, стимулируют предположения, догадки, мечты, фантазии

c) Приём публичной речи, в котором используется схожесть явлений в одном или более отношениях

d) Приём публичной речи, позволяющий психологически объединить разных людей в зале, настроить их на сопереживание

e) Приём публичной речи, в котором осуществляется использование убедительных и доступных для усвоения слушателей доказательств, особенно если доводы связаны со сферой профессиональных интересов присутствующих, это

f) эффект дискуссии
g) эффект воображения
h) эффект аналога
i) эффект релаксации
j) эффект аргументации

Правильный ответ:

---

11. Сопоставьте термины и их определения.

a) информационный повод
b) пресс-релиз
c) PR-обращение

d) событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение

e) информационное сообщение для прессы

f) грамотное и стилистически правильное содержание текста, способствующее максимальному привлечению внимания

Правильный отчет:

---

12. Ответьте на вопрос: чем пресс-служба государственных организаций отличается от пресс-службы бизнес-структур?

Правильный ответ:

---

13. Рассмотрите ситуацию и ответьте на вопрос: редакция убыточной газеты в

поисках выхода из трудного положения заказывает маркетинговое исследование. Что в первую очередь ей нужно изучать, чтобы выйти из кризиса?

Правильный ответ:

_____

14. Ответьте на вопрос: с чего начинается работа над планированием любого нового коммерческого издательского проекта (журнала, газеты, каталога и проч.)?

Правильный ответ:

_____

15. Рассмотрите ситуацию и ответьте на вопрос: в коммерческую компанию из журнала поступило предложение дать рекламу. Дирекция компании запрашивает свой отдел по связям с общественностью: принять или отклонить предложение. Каков главный критерий оценки целесообразности сотрудничества со СМИ?

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

ОПК-2.1. Знает: причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.

ОПК-2.2. Умеет: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

ОПК-2.3. Владеет: навыками использования результатов анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Выберите верное определение термина «Каузальное прогнозирование»:

a) методы, не претендующие на установление причинно-следственных взаимосвязей, присутствующих в прогнозируемой ситуации; ограничиваются анализом данных только по интересующей исследователя переменной, при этом наблюдаемая историческая динамика проецируется на будущее

b) методы, предполагающие установление причинно-следственных взаимосвязей между интересующей исследователя переменной (зависимой) и объясняющими ее поведение переменными (независимыми)

c) методы, предполагающие нечеткие и не вполне специфицированные процессы для анализа исходных данных, которые не могут быть независимо воспроизведены другими исследователями (др. варианты: имплицитные, неформальные, интуитивные методы)

d) методы, опирающиеся на четко специфицированные процессы анализа вводных данных, которые могут независимо воспроизвести другие исследователи и при этом получить аналогичные результаты (др. варианты: эксплицитные, статистические, формальные методы)

2. Выберите верное определение термина «Линейное прогнозирование»:

a) методы, опирающиеся на четко специфицированные процессы анализа вводных данных, которые могут независимо воспроизвести другие исследователи и при этом получить аналогичные результаты (др. варианты: эксплицитные, статистические, формальные методы)

b) методы, не претендующие на установление причинно-следственных взаимосвязей, присутствующих в прогнозируемой ситуации; ограничиваются анализом данных только по интересующей исследователя переменной, при этом наблюдаемая историческая динамика проецируется на будущее

c) методы, предполагающие установление причинно-следственных взаимосвязей между интересующей исследователя переменной (зависимой) и объясняющими ее поведение переменными (независимыми)

d) методы, предполагающие обыденную логику причинно-следственных взаимосвязей, которая укладывается в классическую формулу линейной регрессии

3. Выберите определение термина «Наивное прогнозирование»:

a) методы, предполагающие установление причинно-следственных взаимосвязей между интересующей исследователя переменной (зависимой) и объясняющими ее поведение переменными (независимыми)

b) методы, предполагающие нечеткие и не вполне специфицированные процессы для анализа исходных данных, которые не могут быть независимо воспроизведены другими исследователями (др. варианты: имплицитные, неформальные, интуитивные методы)

c) методы, не претендующие на установление причинно-следственных взаимосвязей, присутствующих в прогнозируемой ситуации; ограничиваются анализом данных только по интересующей исследователя переменной, при этом наблюдаемая историческая динамика проецируется на будущее

d) методы, опирающиеся на четко специфицированные процессы анализа вводных данных, которые могут независимо воспроизвести другие исследователи и при этом получить аналогичные результаты (др. варианты: эксплицитные, статистические, формальные методы)

4. Выберите из предложенных правильный ответ на вопрос: что такое «Объективное прогнозирование»?

a) методы, предполагающие нечеткие и не вполне специфицированные процессы для анализа исходных данных, которые не могут быть независимо воспроизведены другими исследователями (др. варианты: имплицитные, неформальные, интуитивные методы)

b) методы, опирающиеся на четко специфицированные процессы анализа вводных данных, которые могут независимо воспроизвести другие исследователи и при этом получить аналогичные результаты (др. варианты: эксплицитные, статистические, формальные методы)

c) Линейное прогнозирование — методы, предполагающие обыденную логику причинно-следственных взаимосвязей, которая укладывается в классическую формулу линейной регрессии

d) методы, не претендующие на установление причинно-следственных взаимосвязей, присутствующих в прогнозируемой ситуации; ограничиваются анализом данных только по интересующей исследователя переменной, при этом наблюдаемая историческая динамика проецируется на будущее

5. Укажите правильный ответ на вопрос, что такое «Субъективное прогнозирование»?

a) методы, предполагающие обыденную логику причинно-следственных взаимосвязей, которая укладывается в классическую формулу линейной регрессии

b) методы, опирающиеся на четко специфицированные процессы анализа вводных данных, которые могут независимо воспроизвести другие исследователи и при этом получить аналогичные результаты (др. варианты: эксплицитные, статистические, формальные методы)

c) методы, предполагающие нечеткие и не вполне специфицированные процессы для анализа исходных данных, которые не могут быть независимо воспроизведены другими исследователями (др. варианты: имплицитные, неформальные, интуитивные методы)

d) методы, предполагающие установление причинно-следственных взаимосвязей между интересующей исследователя переменной (зависимой) и объясняющими ее поведение переменными (независимыми)

6. Выберите правильный вариант ответа на вопрос: что такое «Вертикальный анализ политической ситуации»?

a) выявление и рассмотрение текущего состояния неинституционализированных объединений и группировок, выступающих в политическом процессе в качестве целостных факторов

b) анализ текущего состояния политической системы или отдельных ее компонентов с целью выявления возможностей возникновения различных проблемных ситуаций

c) рассмотрение состояния отдельных институтов политической системы, а также комплекса их взаимодействий

7. Укажите верный ответ на вопрос, что такое «Горизонтальный анализ политической ситуации»?

a) выявление и рассмотрение текущего состояния неинституционализированных объединений и группировок, выступающих в политическом процессе в качестве целостных факторов

b) анализ текущего состояния политической системы или отдельных ее компонентов с целью выявления возможностей возникновения различных проблемных ситуаций

c) рассмотрение состояния отдельных институтов политической системы, а также комплекса их взаимодействий

8. Укажите правильный вариант ответа на вопрос: «Диагностический анализ политической ситуации»?

a) выявление и рассмотрение текущего состояния неинституционализированных объединений и группировок, выступающих в политическом процессе в качестве целостных факторов

b) анализ текущего состояния политической системы или отдельных ее компонентов с целью выявления возможностей возникновения различных проблемных ситуаций

c) рассмотрение состояния отдельных институтов политической системы, а также комплекса их взаимодействий

9. Укажите верное определение термина «Эвристический метод»:

a) декларативное предположение, описывающее ожидаемые взаимосвязи между изучаемыми явлениями

b) критерий выбора решения, характеризующий степень, с которой любой данный уровень «технической» эффективности (то есть мера достижения поставленной

цели) удовлетворяет потребности, ценности, или возможности, послужившие причиной проблемы

c) вариант решения, предполагающий отсутствие изменений (управленческих воздействий) в существующей ситуации; совокупность действующих политических решений, программ, имеющих отношение к проблемной ситуации

d) метод решения задач, преимущественно на основе использования правил и приемов, обобщающих прошлый опыт, интуицию и профессиональную компетентность эксперта

10. Соотнесите термины и их определения:

a) оценка воздействия

b) оценка воздействия

c) оценка процесса

d) оценка реакции

e) способ оценивания долгосрочных последствий предполагает выявление последствий/выгод/изменений.

f) анализ структурных и операциональных аспектов внутренней системной «конверсии», т.е. процесса преобразования внешних «входов» в управленческие решения и действия.

g) анализ реакции системы на воздействия внешней среды через «вход» – вызовы, проблемы, возможности, требования, ресурсы и т.д.

h) анализ изменения внешней среды под воздействием решений и действий системы

Правильный ответ:

---

11. Соотнесите термины и их определения:

a) метод Делфи

b) метод комиссий

c) метод сценариев

d) разновидность прогнозирования, применяемая в ситуациях, когда одна или более значимых переменных обладают неопределенным значением. Отдельные сценарии могут строиться для каждого вероятного значения переменной, для каждого диапазона значений, либо по схеме "пессимистический сценарий" -"наиболее вероятный сценарий" — "оптимистический сценарий"

e) предполагает анонимность процедуры, возможность пополнить информацию о предмете экспертизы, а также обратную связь, позволяющую экспертам корректировать свои суждения с учетом промежуточных усредненных оценок и пояснений экспертов, высказавших "крайние" точки зрения. Для реализации обратной связи необходима многотуровая процедура

f) состоит в открытой дискуссии по обсуждаемой проблеме для выработки единого мнения экспертов. Коллективное мнение определяется в результате открытого или тайного голосования

Правильный ответ:

---

12. Соотнесите термины и их определения:

a) анализ политической ситуации

b) экспертные оценки

c) экстраполяция
d) измерение

e) суждения высококвалифицированных специалистов-профессионалов, высказанные в виде содержательной, качественной или количественной оценки объекта, предназначенные для использования при принятии решений.

f) способ изучения социально-политических проблем, процессов, систем, их свойств и отношений с помощью количественных оценок. Применение процедур измерения в политическом анализе позволяет формулировать количественно определенные понятия (переменные) и связано с развитием специальных методов и измерительных инструментов (шкал, тестов, моделей).

g) метод прогнозирования, опирающийся на допущение, согласно которому все факторы, определяющие динамику ситуации в прошлом, будут иметь место и в будущем, порождая аналогичный характер изменения показателей либо аналогичную модель поведения (см. объективное прогнозирование; наивное прогнозирование).

h) выявление и рассмотрение в текущий момент взаимодействия всех политических факторов, в совокупности составляющих политическую систему общества.

Правильный ответ:

---

13. Приведите типовые состояния, встречающиеся в модели оценки социально-политической обстановки и дайте определение термина «Анкорный текст (якорный текст)» и обоснуйте его

Правильный ответ:

---

14. Дайте определение термину «информация» в контексте оценки социально-политической обстановке и перечислите её виды.

Правильный ответ:

---

15. Дайте определение термину «причинные связи» и перечислите их виды.

Правильный ответ:

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

Индикаторы:

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

ОПК-3.2. Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.

ОПК-3.3. Владеет: навыками использования достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.

Время прохождения теста – 30 минут.

1. Выберите один правильный ответ. Когда появились первые рекламные тексты?

a) с появлением печатного станка
b) с появлением бумаги
c) в начале нашей эры
d) до нашей эры

2. Выберите один правильный ответ. В начале XX века один из создателей современных связей с общественностью Айви Ли определил основные объекты PR-деятельности. Что он особо выделил в их числе?

a) редакции СМИ
b) руководителей крупных корпораций
c) целевые группы общественности и лидеров общественного мнения
d) чиновников государственных учреждений

3. Выберите один правильный ответ. Что означает понятие «консьюмеристская философия»?

a) теорию коммуникации с инвесторами
b) философию защиты интересов потребителей
c) философию кампании по выпуску потребительских товаров
d) философию компании, занимающейся выпуском потребительских товаров

4. Выберите один правильный ответ. «Влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами». К какому из приведенных ниже понятий относится данное определение?

a) авторитаризм
b) коррупция
c) лоббирование
d) политическая реклама

5. Сопоставьте личности пиарщиков с принципами их работы.

a) Финеас Тейлор Барнум
b) Айви Ледбеттер Ли
c) Эдвард Бернейс
d) Сэм Блэк

e) «Каждую минуту рождается ещё один простак»
f) «Публику нужно информировать»
g) «Если вы можете влиять на лидеров, независимо от того, осознают они это или нет, вы автоматически влияете на группы людей, находящихся под их влиянием»
h) «Мыслить глобально, действовать локально»

Правильный ответ:

---

6. Сопоставьте определения термина «Связи с общественностью» и их авторов.

a) «Паблик рилейшнз — это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности»
b) «Паблик рилейшнз — это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью»

c) «Паблик рилейшнз — самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью»

d) Сэм Блэк
e) Институт общественных отношений (IPR)
f) Ирина Алешина

Правильный ответ:

---

7. Когда появилась визуальная реклама?
a) с появлением фотографии
b) с появлением кинематографа
c) с появлением телевидения
d) в Древнем мире

8. Сопоставьте определения связей с общественностью и подходы, по мнению Александра Чумикова, который проанализировал различные определения связей с общественностью и разбил на три подхода

a) «Практика паблик рилейшнз — это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководство организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности»

b) «Паблик рилейшнз — это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности»

c) «Паблик рилейшнз — это управленческая функция по установлению и поддержанию взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью, от настроений и мнений которой зависит успех или неудача организации»

d) компромиссный подход
e) альтруистический подход
f) прагматический подход

Правильный ответ:

---

9. Ответьте на вопрос и выберите правильный вариант ответа: какая реклама была в СССР?
a) только политическая реклама
b) только политическая и социальная реклама
c) в СССР не было рекламы
d) политическая, социальная и коммерческая реклама

10. Сопоставьте события с периодами становления российского пиара (по версии М. Шишкиной).
a) Доинституциональный период
b) Первичная институционализация
c) Вторичная институционализация
d) Современный период

e) появились первые отделы по связям с общественностью и СМИ, возникают

первые агентства, предлагающие PR как услугу

f) зарегистрирована Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)

g) вышел в свет первый отраслевой журнал «Советник», освещающий PR-деятельность

h) подписано постановление о внесении квалификационных характеристик специалистов по связям с общественностью в Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов

Правильный ответ:

_____

11. Прочитайте информацию и ответьте на вопрос: Эдвард Бернейз был блестящим мастером создания событий. Одна из его первых акций — общенациональный конкурс скульптур. Из какого материала были созданы скульптуры?

a) пластиковые бутылки
b) пробки
c) погремушки
d) кусочки мыла

12. Ответьте на вопрос: как расшифровывается РАСО?

Правильный ответ:

_____

13. Ответьте на вопрос: как расшифровывается АКАР?

Правильный ответ:

_____

14. Ответьте на вопрос: существовали ли такие организации и какой деятельностью они занимались: «Союзпищепромреклама», «Союзторгреклама», «Внешторгреклама», «Главкооптторгреклама»

Правильный ответ:

_____

15. Ответьте на вопрос: как расшифровывается модель AIDA?

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

ОПК-4.1. Знает: интерпретацию данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2. Умеет: организовывать 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

ОПК-4.3. Владеет: навыками подготовки текста рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов с учетом потребностей общества и интересов аудитории.

Время прохождения теста – 30 минут.

1. Какое из перечисленных действий можно отнести к социальным функциям массовой коммуникации?

a) проведение маркетинговых исследований
b) введение в заблуждение
c) социальное регулирование и управление
d) осуществление процесса личных продаж

2. Назовите характерные черты массовой коммуникации.

a) массовое производство сообщений и массовое потребление
b) периодический выход в свет и эфир
c) анонимность воздействия на аудиторию
d) обязательность цензуры

3. Ответьте на вопрос и выберите правильный вариант ответа: с чем связаны коммуникационные потребности?

a) получать и передавать информацию
b) игнорировать информацию
c) скрывать информацию
d) создавать слухи

4. Назовите основные способы восприятия информации?

a) рекламный и медийный
b) визуальный и тактильный
c) локальный и глобальный
d) аудиальный и визуальный

5. Назовите один из самых распространенных способов конструирования новости.

a) создание новости без информации
b) привязка сообщения к круглой дате
c) устройство скандала
d) создание визуального ряда

6. Дайте определение коммуникативного менеджмента.

a) создание коммуникативных проблем
b) профессиональная деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации
c) изучение коммуникационных потребностей
d) устранение нежелательных аудиторий

7. Ответьте на вопрос: что можно отнести к ресурсам коммуникации?

a) организационный ресурс
b) административный ресурс
c) финансы, технологии, специалистов
d) языковые и стилистические ресурсы

8. Выберите случай, при котором коммуникация эффективна?

a) запланированный результат достигнут в установленные сроки без привлечения дополнительных ресурсов

b) усилия коммуникатора адекватны создавшейся обстановке

c) все участники коммуникационного процесса действуют независимо

d) точно определена аудитория сообщения

9. Сопоставьте жанры СМИ и названия сообщений.

a) информационные жанры СМИ

b) аналитические жанры СМИ

c) репортаж, заметка, сообщение

d) корреспонденция, журналистское расследование, комментарий

Правильный ответ:

---

10. Сопоставьте виды коммуникаций и их описание.

a) межличностная коммуникация

b) групповая коммуникация

c) массовая коммуникация

d) процесс взаимодействия и передачи информации от одного человека другому, предполагающий информационный обмен

e) тип коммуникационного процесса, при котором общение происходит между небольшим количеством людей (от 3 до 30 чел.) определенной социальной группы (территориальной, профессиональной, религиозной и др.) или организации (предприятия, учреждения, фирмы, банка и т.п.) в целях осуществления взаимозависимых действий и решения совместных задач

f) процесс производства и воспроизводства сообщений, рассчитанных на массовое сознание, средствами массовой коммуникации (СМК) и их передачу соответствующими техническими средствами — периодической печатью, радио, телевидением и другими средствами электронной коммуникации

Правильный ответ:

---

11. Сопоставьте методы и технологии PR в некоммерческом секторе и их описание.

a) спонсорство

b) фандрайзинг

c) патронаж

d) благотворительность

e) вклад физического или юридического лица, не участвующего в реализации проекта, прямое или косвенное финансирование для поощрения полезных начинаний

f) целенаправленная система поиска средств, спонсорских или иных для осуществления социально-значимых проектов и поддержка тех или иных институтов

g) организационная долговременная поддержка, которую могут оказывать физические, юридические лица или государственные органы

h) оказание материальной или иной поддержки, нуждающемуся в ней лицу или организации, и не предполагающая со стороны адресата никаких обязательств

Правильный ответ:

_____

12. Ответьте на вопрос: имеет ли журналист привилегию в получении информации относительно других граждан РФ?

Правильный ответ:

_____

13. Перечислите основные свойства новости?

Правильный ответ:

_____

14. Ответьте на вопрос: в каких случаях редакция и журналист не несут ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности?

Правильный ответ:

_____

15. Прочитайте информацию и ответьте на вопрос: запрашиваемая информация не всегда может быть получена журналистом в момент обращения. Каков допустимый срок уведомления об отсрочке выдачи информации?

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

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

ОПК-5.2. Умеет: использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

ОПК-5.3. Владеет: навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования

Время выполнения теста – 30 минут

1. Ответьте на вопрос: что способствует глобализации информационных процессов?

a) расширение масштабов продаж на международном информационном рынке, повышение прибыльности деловой активности, принятие ЮНЕСКО «новой стратегии коммуникации»

b) распространение Интернета

c) стирание своеобразия национальных культур и продуктов духовного производства

d) агрессивное влияние сверхдержав на региональные информационные рынки

2. Укажите важнейшие правовые документы, обеспечивающие свободу получения и распространения массовой информации.

a) Конституция РФ и уставы политических партий, входящих в состав парламента

b) Конституция РФ и распоряжения президента РФ

c) «Закон о средствах массовой информации» и уставы редакций периодических изданий

d) «Закон о средствах массовой информации» и «Всеобщая декларация прав человека»

3. Ответьте на вопрос: кто может стать учредителем СМИ в России?

a) любой гражданин РФ старше 18 лет, не находящийся под следствием или в местах лишения свободы

b) любой россиянин, не имеющий доступа к секретным сведениям

c) совершеннолетний гражданин РФ или иностранец, имеющий опыт работы в СМИ и уставной капитал не менее 1 млн.рублей

d) любой гражданин РФ не моложе 18 лет и не старше 60, не находящийся под следствием или в местах лишения свободы

4. Ответьте на вопрос: при каком условии СМИ учреждается органами законодательной, исполнительной или судебной власти для издания официальных сообщений?

a) регистрации СМИ не требуется

b) СМИ регистрируется бесплатно

c) СМИ подлежит регистрации наравне с коммерческими изданиями

d) СМИ регистрируется по усложненной процедуре

5. Ответьте на вопрос: что включает система СМИ?

a) печать, ТВ, радио, интернет-издания, пресс-службы, информационные агентства

b) печать, ТВ, радио, интернет

c) печать, ТВ, радио, пресс-службы, информационные агентства, почтовые отделения

d) печать, ТВ, радио, пресс-службы, информационные агентства, средства спутниковой связи

6. Ответьте на вопрос: кто несет ответственность за выпуск и содержание каждого номера журнала «Огонёк»?

a) редколлегия журнала

b) учредители издания

c) выпускающий редактор

d) главный редактор или шеф-редактор

7. Ответьте на вопрос: с чего начинается работа над планированием любого нового коммерческого издательского проекта (журнала, газеты, каталога и проч.)?

a) с анализа активных рынков

b) с поиска яркой и общественно значимой идеи;

c) с разработки тематического плана издания и наполнения редакционного «портфеля»

d) с выбора главного редактора и формирования редакции

e) с поиска генерального спонсор

8. Ответьте на вопрос: что в первую очередь продает журнал/газета своему рекламодателю?

a) свое содержание (темы, рубрики и мастерство журналистов)

b) свое внешнее оформление (полиграфическое исполнение и мастерство дизайнеров)

c) свою историю (известность и авторитет бренда).

d) свою аудиторию (схему распространения и тираж)

9. Укажите последовательность основных этапов PR-программы.

a) обоснование целей и задач

b) обоснование бюджета PR-программы

c) мониторинг СМИ и общественного мнения

d) оценка эффективности программы

Правильный ответ:

---

10. Сопоставьте термины и их определения.

a) брэнд

b) логотип

c) торговая марка

d) образ, торговая марка плюс набор эмоциональных ощущений, стереотипов; комплекс представлений о компании, долгосрочная программа — имя, термин, дизайн, символ или любая другая характеристика, идентифицирующая товар или услугу продавца, как отличные от тех, которые принадлежат другим продавцам

e) имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, идентифицирующие товары или услуги одного или нескольких производителей, а также продавцов и отличающие их от конкурирующих товаров и услуг

f) уникальное название компании, категории товаров или конкретных продуктов, защищенное авторским правом как интеллектуальная собственность.

Правильный ответ:

---

11. Сопоставьте названия документов и их определения.

a) Оригинал-макет

b) Бриф

c) Пресс-папка

d) текстовый и графический материалы (рисунки, фото и т. д.), которые объединены в едином макете, с которого средствами полиграфии производится печатная реклама

e) документ, краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта

f) комплект нескольких текстовых, аудио- и визуальных документов, в которых содержится подробная информация о проекте, организации или событии

Правильный ответ:

12. Ответьте на вопрос: на какие категории можно разделить жанры публицистики по способу отражения действительности?

Правильный ответ:

13. Ответьте на вопрос: какие методы сбора информации в журналистике являются наиболее распространенными?

Правильный ответ:

14. Изучите ситуацию и ответьте на вопрос: рекламный бюджет издания падает. Какие меры в первую очередь необходимо предпринять редакции?

Правильный ответ:

15. Рассмотрите ситуацию и ответьте на вопрос. В коммерческую компанию из журнала поступило предложение дать рекламу. Дирекция компании запрашивает отдел по связям с общественностью: принять или отклонить предложение. Каков главный критерий оценки целесообразности сотрудничества со СМИ?

Правильный ответ:

ОПК-6 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

Индикаторы:

ОПК-6.1. Знает: актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, а именно модернизации технического оборудования и программного обеспечения, необходимых для принятия профессиональных решений

ОПК-6.2. Умеет: отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение, соответствующие актуальным тенденциям развития медиакоммуникационных систем

ОПК-6.3. Владеет: навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

Время выполнение теста – 30 минут

1. Выберите верное определение термина «виртуальная реальность»:

a) строка в HTML-документе, указывающая на любой другой файл, который может быть расположен в Интернете, и содержащая полный путь (URL) к этому файлу

b) технология бесконтактного информационного взаимодействия, реализующая с помощью комплексных мультимедиа-операционных сред иллюзию непосредственного вхождения и присутствия в реальном времени в стереоскопически представленном “экранном мире”

c) связь между документами, которые могут размещаться в любом месте

d) основной протокол, обеспечивающий коммуникации в Интернет

2. Укажите правильный ответ на вопрос: что такое видеореклама In-Stream?

a) видеореклама, которая появляется за пределами стандартной видеосреды.

b) реклама, которая отображается в ленте контента веб-сайта и соответствует внешнему виду веб-сайта отдельного издателя

c) определение интерфейса показа рекламы в видеоплеере, предоставляющий информацию о том, какую рекламу воспроизводить, как долго она должна воспроизводиться и где она должна воспроизводиться; обеспечивает больший контроль над интерактивными областями объявления, тем, как объявления отображаются в разных местах, и позволяет лучше измерять

d) видеореклама, которая появляется перед (пре-роликом), во время (середина ролика) или после (последний ролик) видеоконтента

3. Выберите определение термина «Big Data» («большие данные»):

a) горизонтально масштабируемое программное обеспечение

b) модели параллельных вычислений

c) структурированные или неструктурированные массивы данных большого объема, обрабатываемые при помощи специальных автоматизированных инструментов, чтобы использовать для статистики, анализа, прогнозов и принятия решений

d) информационный массив, в котором хранятся специальным образом преобразованные текстовые составляющие всех посещенных и проиндексированных роботом веб-страниц и текстовых файлов

4. Выберите из предложенных правильный ответ на вопрос: что такое «виджет»?

a) искусственно созданный профиль, имитирующий человека, создаётся с целью развития комьюнити-менеджмента или для управления репутацией бренда в соцсетях

b) небольшое приложение, которое может быть помещено на рабочий стол компьютера, на сайт или страницу в социальных сетях, предлагающее пользователю полезный функционал или интересную информацию

c) персонаж, созданный с помощью компьютерной инфлюенсер графики, который имеет определённый жизненный бэкграунд и ведёт активную жизнь в соцсетях

d) вся визуальная информация, которая сопровождает текст в Интернете: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и прочее

5. Укажите правильный ответ на вопрос, что такое VPAID?

a) шаблон показа видеорекламы, который передает видеокреатив и его информацию в видеопроигрыватель, включает в себя местоположение файла объявления, любые размеры, длину объявления и другие сведения, чтобы видео могло воспроизводить рекламу

b) видеореклама, которая появляется перед (пре-роликом), во время (середина ролика) или после (последний ролик) видеоконтента

c) определение интерфейса показа рекламы в видеоплеере, предоставляющий информацию о том, какую рекламу воспроизводить, как долго она должна воспроизводиться и где она должна воспроизводиться; обеспечивает больший контроль над интерактивными областями объявления, тем, как объявления отображаются в разных местах, и позволяет лучше измерять

d) реклама, которая отображается в ленте контента веб-сайта и соответствует внешнему виду веб-сайта отдельного издателя

6. Выберите правильный вариант ответа на вопрос, что такое «бот»?

a) небольшое приложение, которое может быть помещено на рабочий стол компьютера, на сайт или страницу в социальных сетях, предлагающее пользователю полезный функционал или интересную информацию

b) реклама, которая отображается в ленте контента веб-сайта и соответствует внешнему виду веб-сайта отдельного издателя

c) персонаж, созданный с помощью компьютерной инфлюенсер графики, который имеет определённый жизненный бэкграунд и ведёт активную жизнь в соцсетях

d) искусственно созданный профиль, имитирующий человека, созданный с целью развития комьюнити-менеджмента или для управления репутацией бренда в соцсетях; иногда это компьютерная программа, автоматически выполняющая запрограммированные задачи

7. Выберите несколько вариантов ответов, определяющих типы источников сбора больших данных (Big Data):

a) социальные
b) психологические
c) машинные
d) транзакционные

8. Укажите правильный вариант ответа на вопрос: «что такое VAST»?

a) определение интерфейса показа рекламы в видеоплеере, предоставляющий информацию о том, какую рекламу воспроизводить, как долго она должна воспроизводиться и где она должна воспроизводиться; обеспечивает больший контроль над интерактивными областями объявления, тем, как объявления отображаются в разных местах, и позволяет лучше измерять

b) шаблон показа видеорекламы, который передает видеокреатив и его информацию в видеопроигрыватель, включает в себя местоположение файла объявления, любые размеры, длину объявления и другие сведения, чтобы видео могло воспроизводить рекламу

c) реклама, которая отображается в ленте контента веб-сайта и соответствует внешнему виду веб-сайта отдельного издателя

d) видеореклама, которая появляется за пределами стандартной видеосреды

9. Выберите несколько вариантов ответов, определяющих сферы применения нейросетей:

a) поисковые системы
b) анализ данных, классификация и статистика
c) подсчеты и прогнозирование
d) создание контента
e) системы распознавания лиц
f) преподавание в учебных заведениях

10. Соотнесите термины и их определения:

a) Нейрон
b) Синапс
c) Веса

d) связь между нейронами
e) числовые значения внутри синапсов нейронов
f) простая вычислительная единица, которая получает на вход информацию, производит над ней какие-то вычисления согласно лежащей в нем формуле и передает дальше по сети

Правильные ответы:

_____

11. Соотнесите термины и определения основных типов нейросетей:

a) перцептроны

b) сверточные нейронные сети

c) рекуррентные нейронные сети

d) генеративные нейронные сети

e) многослойные сети, которые состоят из чередующихся сверточных и субдискретизирующих слоев и предназначены специально для работы с изображениями

f) предназначены для создания контента, иногда используются генеративно-состязательные нейросети — связка из двух сетей, где одна создает контент, а другая оценивает его качество

g) дают возможность последовательно обрабатывать цепочки данных и «запоминать» предыдущую информацию, применяются для работы с изменяющимися сведениями или длинными цепочками данных, например рукописными текстами

h) классические нейронные сети, изначально однослойные, позже многослойные, используются в основном для вычислений

Правильные ответы:

_____

12. Укажите правильную последовательность этапов работы нейронной сети:

a) Нейроны по формулам, которые в них заложены, обрабатывают информацию. Как именно реагировать на разные детали этих данных, определяют коэффициенты — их нейросеть разработала при обучении. По сути, эти коэффициенты работают как память: нейросеть «вспоминает», как следует реагировать на похожие кластеры информации с известными ей признаками

b) Данные передаются дальше по нейронной сети, проходит разные слои и типы нейронов. В конечном итоге на последнем слое нейросеть может сделать вывод. На выход подается ее финальная «реакция» на запрос

c) На вход поступает какая-то информация или запрос. Входной слой нейронной сети обрабатывает ее и переводит в понятный машине вид — в числовые наборы. Затем эти наборы передаются нейронам

Правильный ответ:

_____

13. Опишите, что такое «эффект переобучения» у нейросетей и как его не допустить.

Правильный ответ:

_____

14. Перечислите три категории задач нейронных сетей и дайте краткое описание каждой из них.

Правильный ответ:

_____

15. Дайте определения и назовите принципиальные отличия поисковых систем (машин) от поисковых каталогов (директорий).

Правильный ответ:

_____

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

Индикаторы:

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

ОПК-7.2. Умеет: осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений

ОПК-7.3. Владеет: навыками применения принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта

Время прохождения теста – 30 минут

1. Выберите один правильный ответ. Что такое целевая аудитория?

a) группа людей, объединенных общей целью

b) группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду)

c) группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель

d) группа людей, объединенных в общественную организацию

2. Выберите все правильные ответы. Что такое общественность организации?

a) реальные и потенциальные клиенты

b) работники организации

c) партнеры и инвесторы

3. Выберите один правильный ответ. Для чего проводятся специальные мероприятия в компании?

a) для информирования взаимоотношений между руководством и персоналом

b) для распространения положительного отношения и сведений вне компании

c) для продвижения идей, услуг, товаров

4. Выберите один правильный ответ. Каков главный принцип «круглого стола»?

a) равенство всех участников

b) разделение участников на слушателей и выступающих

c) разделение выступающих на представителей компании и внешних экспертов

5. Выберите один правильный ответ. На каком этапе PR-кампании обозначаются границы целевых аудиторий?

a) исследовательский этап

b) оценка результатов

c) планирование кампании

d) реализации PR-кампании

6. Выберите один правильный ответ. На каком этапе PR-кампании определяются её цели и задачи?

a) реализации PR-кампании

b) оценка результатов
c) планирование кампании
d) исследовательский этап

7. Выберите один правильный ответ. В рамках какого анализа выявляются существующие проблемы и определяются причины их возникновения?
a) классического
b) ситуационного
c) математического
d) формального

8. Выберите один правильный ответ. На каком этапе PR-кампании проводится ситуационный анализ?
a) исследовательский этап
b) оценка результатов
c) планирование кампании
d) реализации PR-кампании

9. Расставьте в правильном порядке этапы PR-кампании.
a) исследовательский этап
b) оценка результатов
c) планирование кампании
d) реализации PR-кампании

Правильный ответ:

---

10. Сопоставьте задачи этапа деловой беседы и название этапа.
a) преобразование интересов собеседника в окончательные решения
b) выявление интересов и устранение сомнений собеседника
c) принцип детального обоснования
d) пробудить в собеседнике заинтересованность
e) привлечь внимание собеседника

f) принятие решений
g) нейтрализация
h) аргументация
i) передача информации
j) начало беседы

Правильный ответ:

---

11. Сопоставьте манеру общения и тип собеседника.
a) быть предельно осторожным и терпеливым
b) быть твердым и решительным, а если нужно, то дать отпор
c) разговаривать спокойным тоном и не обращать внимание на их капризы
d) прибегать к иронии
e) избегать какой-либо иронии

f) с недоверчивыми и подозрительными
g) со сварливыми

h) с теми, кто капризен
i) с донельзя хвастливыми и самоуверенными
j) с лицами застенчивыми или без чувства юмора

Правильный ответ:

_____

12. Ответьте на вопрос: что выступает в качестве приоритета для PR-кампании?

Правильный ответ:

_____

13. Ответьте на вопрос: что такое пресс-конференция?

Правильный ответ:

_____

14. Ответьте на вопрос: в чем заключаются преимущества пресс-конференции?

Правильный ответ:

_____

15. Ответьте на вопрос: кто является целевой аудиторией корпоративных PR-мероприятий?

Правильный ответ:

_____

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПК-1 Способен к управлению эффективной коммуникационной инфраструктурой организации

Индикаторы:

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

ПК-1.2. Умеет: осуществлять управление эффективной коммуникационной инфраструктурой организации

ПК-1.3. Владеет: системами оценки эффективности управление коммуникационной инфраструктурой организации

Время прохождения теста – 30 минут.

1. Выберите один правильный ответ. Что предполагает управленческая компетенция PR-специалиста?

a) владение иностранными языками
b) знание математических методов обработки информации
c) стратегическое мышление
d) умение владеть полиграфической техникой

2. Выберите все правильные ответы. В каких случаях возможно совмещение работы штатных и внешних PR-специалистов?

a) в отсутствии постоянной работы
b) в периоды «пиковой загрузки»
c) когда внешний консультант располагает специфическим опытом
d) когда организация перемещается в новый регион

3. Выберите все правильные ответы. Что является целями кризисного менеджмента?

a) быстрое предотвращение развития кризиса
b) выход на внешние рынки
c) ограничение ущерба
d) смена руководства фирмы

4. Установите правильную последовательность этапов управления кризисом.

a) выработка программы действий
b) определение проблем
c) оценка программы
d) распределение проблем по степени значимости
e) реализация программы действий

Правильный ответ:

_____

5. Выберите все правильные ответы. Что относится к числу шагов, предпринимаемых командой управления в ходе кризиса?

a) выпуск заявления
b) наложение запрета для персонала на общение с прессой
c) предоставление каналов связи для запросов извне
d) формирование кризисного бюджета

6. Выберите один правильный ответ. Когда следует начинать восстановление

позитивной репутации фирмы?

a) в пик кризиса
b) когда о кризисе забыли
c) к моменту снижения кризисной ситуации
d) с началом кризиса

7. Выберите все правильные ответы. Что из перечисленного относится к задачам PR?

a) оптимизация структуры управленческого аппарата
b) разработка рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации
c) создание новых отделений организации в регионах
d) улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями

8. Выберите один правильный ответ. Что НЕ подразумевает управление подчиненными?

a) передачу прав и ресурсов подчиненным
b) анализ результатов и оценку эффективности деятельности подчиненных
c) полную передачу функций контроля деятельности подчиненным
d) подготовку и осуществление корректирующих управленческих действий

9. Сопоставьте коммуникационные каналы организации с их ориентацией на внутренние и внешние целевые аудитории

a) каналы, ориентированные на внутренние аудитории
b) каналы, ориентированные на внешние аудитории
c) каналы, по которым можно воздействовать отдельно на внутренние аудитории, отдельно — на внешние
d) каналы, которые воздействуют одновременно и на внутренние, и на внешние аудитории

e) корпоративный журнал, сайт организации, соцсети
f) стенды, собрания, чаты, мессенджеры
g) буклеты, СМИ, пиар-акции
h) рассылки, формы обратной связи, очные коммуникации

Правильный ответ:

---

10. Расставьте уровни включённости коммуникационной службы в мероприятие в зависимости от характера сопровождения мероприятия

a) низкий уровень включённости
b) средний уровень включённости
c) высокий уровень включённости
d) очень высокий уровень включённости

e) информационное сопровождение мероприятия
f) проведение собственного мероприятия
g) информационно-коммуникационное и организационное сопровождение мероприятия
h) информационно-коммуникационное сопровождение мероприятия

Правильный ответ:

_____

11. Расставьте в правильной последовательности элементы информационного материала коммуникационной службы организации для корпоративного сайта, а также для СМИ

a) бэкграунд
b) заголовок
c) лид
d) подзаголовок
e) подробности, оценки, комментарии

Правильный ответ:

_____

12. Перечислите основные принципы ведения коммуникационного канала организации, позволяющие удерживать и расширять аудиторию канала

Правильный ответ:

_____

13. Ответьте на вопрос: в чём заключается цель деятельности коммуникационной службы организации?

Правильный ответ:

_____

14. Ответьте на вопрос: в чём заключаются задачи коммуникационной службы по отношению к коммуникационной структуре организации, состоящей из систем вертикальных, горизонтальных и диагональных обменов сигналами внутри организации и систем взаимодействия организации с внешней средой?

Правильный ответ:

_____

15. Ответьте на вопрос: каким фактором обусловлена необходимость нахождения руководителя коммуникационной службы в непосредственном подчинении у руководства компании?

Правильный ответ:

_____

ПК-2 Способен к исследованию и планированию цифровой коммуникации

Индикаторы:

ПК-2.1. Знает: инструменты и методы исследований цифровой коммуникации.

ПК-2.2. Умеет: планировать коммуникационные кампании в цифровой среде.

ПК-2.3. Владеет: навыками осуществления профессиональной деятельности по проведению коммуникационных кампаний в цифровой среде.

Время выполнения теста – 30 минут.

1. Ответьте на вопрос: что такое цифровая коммуникация?

a) производство и публикация информационных материалов в интернете

b) консультация по экономическим вопросам
c) математический расчет эффективности коммуникационной кампании
d) подготовка презентации с использованием инфографики

2. Ответьте на вопрос: что такое онлайн-исследования?
a) группа качественных и количественных методов маркетинговых исследований, когда опрос или общение с респондентами происходит в интернете
b) телефонные опросы, когда исследователь не видит опрашиваемого
c) замеры аудиторий телеканалов с помощью технических средств
d) «горячая» линия на радио

3. Ответьте на вопрос: в чем преимущества онлайн-исследований? Выберите все правильные варианты ответов.
a) доступ к данным по всему миру
b) минимальные затраты времени и ресурсов
c) полная анонимность
d) репрезентативности выборки

4. Ответьте на вопрос: что такое контент-план?
a) план публикаций для социальных медиа, в котором отражаются даты, темы постов и другие значимые для публикаций пункты
b) любое информационно значимое наполнение ресурса: тексты, графика, элементы интерфейса, аудио- и видеофайлы, файлы в любом формате и т. д.
c) комплекс действий по управлению тематическим сообществом в социальных медиа, направленный на формирование и увеличение в нём пула лояльных пользователей вокруг продукта/бренда/проблемы/идеи
d) тип связи в онлайн-сообществах и мобильных чатах/приложениях, при котором сообщение может быть просмотрено или прочитано только определённым получателем или группой людей

5. Ответьте на вопрос: что такое KPI?
a) система количественных показателей, которая помогает объективно оценить достижение тактических и стратегических целей компании
b) анализ обсуждений и тенденций в социальных медиа, происходящих не только вокруг бренда, но и в отрасли в целом
c) комплекс мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам
d) комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения бизнес-задач

6. Ответьте на вопрос: что такое релевантность?
a) мера смыслового соответствия полученной информации поисковому запросу
b) показатель эффективности SMM, учитывающий все упоминания на социальных платформах
c) систематическое наблюдение за состоянием объектов, явлений, процессов, в том числе информационного поля
d) анализ процесса кодировки и интерпретации конкретного медиасообщения

7. Ответьте на вопрос: что такое посадочная страница?
a) страница сайта, на которую пользователь попадает, — «приземляется» — кликнув на рекламное объявление

b) служебные поля html-страницы сайта, используемые поисковыми системами для анализа содержимого страницы и определения её релевантности той или иной фразе

c) оптимизированный текст, обладающий ценностью для читателя, но рассчитанный в первую очередь на поисковые системы: появление на первых строчках при соответствующих запросах

d) концепция описания и использования данных о том, какой путь проходят клиенты с момента самого первого контакта с компанией до состояния, когда они уже стали лояльными покупателями

8. Ответьте на вопрос: что такое информационно-аналитическая система?

a) программное обеспечение, позволяющее собирать, хранить, обрабатывать по определённым критериям и передавать информацию

b) процесс определения критериев/параметров для анализа базы публикаций и простановки значений этих параметров для каждой из совокупности публикаций

c) анализ процесса кодировки и интерпретации конкретного медиасообщения, способов передачи того или иного содержания, а также рассмотрение сообщения через категории, ценности, потребности; анализ и статистика упоминаний и аудитории

d) показатель эффективности SMM, учитывающий все упоминания на социальных платформах; для каждого упоминания определяется влиятельность площадки и вовлечённость конкретного сообщения

9. Расставьте в правильном порядке этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде

a) анализ текущей ситуации

b) определение набора инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет

c) определение целевой аудитории

d) позиционирования бренда, ключевое сообщение, уникальное торговое предложение (УТП)

e) постановка целей и задач рекламной кампании

f) расчет эффективности

g) тайминг

Правильный ответ:

---

10. Сопоставьте названия уровней медиаэкосистемы и их определения.

a) каналы

b) инструменты

c) механики/форматы

d) основные источники размещения коммуникационных сообщений

e) способы работы в каждом коммуникационном канале

f) конкретные рекомендации по использованию инструментов на тактическом уровне

Правильный ответ:

---

11. Сопоставьте термины и их определения.

a) многоканальность

b) интернет-маркетинг

c) маркетинг в социальных сетях

d) омниканальность

e) стратегия коммуникация с онлайн и офлайн-клиентами, в которой используемые каналы не пересекаются друг с другом

f) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними

g) комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач

h) взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему, с целью обеспечения непрерывной коммуникации с клиентом

Правильный ответ:

---

12. Изучите информацию и ответьте на вопрос: PESO-модель — это комплексный подход к разработке и анализу коммуникационной стратегии компании. Как расшифровываются каналы распространения информации в PESO-модели?

Правильный ответ:

---

13. Ответьте на вопрос: через какие каналы может осуществляться коммуникационная кампания в цифровой среде?

Правильный ответ:

---

14. Назовите виды интернет-рекламы.

Правильный ответ:

---

15. Ответьте на вопрос: зачем нужна коммуникационная кампания?

Правильный ответ:

ПК-3 Способен к управлению цифровой коммуникацией

Индикаторы:

ПК-3.1. Знает: инструменты и методы управления цифровой коммуникацией.

ПК-3.2. Умеет: управлять коммуникационной кампанией в цифровой среде.

ПК-3.3. Владеет: навыками управления коммуникационной кампанией с учетом больших данных.

Время прохождения теста – 30 минут.

1. Выберите верное определение термина «Digital» как вида деятельности:

a) комплекс мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам, а также совокупность работ, направленная на улучшение позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем для увеличения его посещаемости

b) использование интернет-пространства для распространения или обмена информацией различными способами

c) стимулирование продаж посредством выстраивания грамотной системы коммуникации с пользователями в социальных сетях

d) оптимизация сайта под социальные медиа с помощью разнообразного наполнения сайта (картинки, видео, аудио), установка плагинов, виджетов, кнопок для удобного перехода между сайтом и социальными медиа

2. Раскройте значение аббревиатуры SMM

a) оптимизация сайта под социальные медиа с помощью разнообразного наполнения сайта (картинки, видео, аудио), установка плагинов, виджетов, кнопок для удобного перехода между сайтом и социальными медиа

b) становление сотрудников компании амбассадорами и адвокатами бренда на онлайн-площадках с одновременным их превращением в личный бренд

c) обманная механика, стимулирующая пользователя перейти по ссылке с целью дальнейшего ознакомления с предлагаемой информацией, которая не соответствует ожиданиям пользователя

d) комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения бизнес-задач. Это инструменты скрытого и открытого взаимодействия с аудиторией в социальных сетях, тематических форумах, сообществах и блогах

3. Выберите определение термина «Social selling»:

a) формирование интереса пользователей соцсетей к товарам или услугам через создание контента и его продвижение различными методами, получение целевого клиентского трафика на лендинг и его обработку

b) любое взаимодействие пользователя с контентом (лайк, комментарий, репост, вопрос, сообщение, сохранение, скрытие, подписка на сообщество, аккаунт и др.)

c) стимулирование продаж посредством выстраивания грамотной системы коммуникации с пользователями в социальных сетях (в том числе ответы на интересующие вопросы, предложение покупателю соответствующего контента и последующее доведение его до покупки товара или услуги)

d) комплекс контролирующих мер, направленных на обеспечение соблюдения участниками сообщества или пользователями площадки установленных правил поведения и общения

4. Выберите из предложенных правильный ответ на вопрос: что такое «Вирусный маркетинг»?

a) один из видов партизанского маркетинга, в котором для продвижения товаров или услуг используется внутренний или внешний инфоповод, а также модные тенденции и актуальные тренды

b) вид интернет-рекламы, в основе которого лежит распространение информации от пользователя к пользователю. Важной составляющей вирусного маркетинга является создание такого контента, которым пользователи захотят сами поделиться со своими друзьями

c) приём в коммуникации бренда, провоцирующий пользователя совершить целевое действие: подписаться, купить, оформить заказ, позвонить, поставить лайк или сделать репост

d) формат подачи контента пользователю в виде истории, которая может включать в себя исследования, альтернативную точку зрения, рассказ от первого лица, привязку к инфоповоду и т.д.

5. Укажите правильный ответ на вопрос, что такое «Геймификация»?

a) приём в коммуникации бренда, провоцирующий пользователя совершить целевое действие: подписаться, купить, оформить заказ, позвонить, поставить лайк или сделать репост

b) систематическое наблюдение за состоянием объектов, явлений, процессов, в том числе информационного поля

c) процесс использования игрового мышления и динамики игр для вовлечения аудитории и решения задач, который часто используется для продвижения в социальных сетях, на онлайн-порталах и промо-сайтах

d) мера смыслового соответствия полученной информации (найденных документов) поисковому запросу

6. Выберите правильный вариант ответа на вопрос: что такое «Рекламная интеграция» (Content Marketing Institute)?

a) скрытое продвижение товаров и услуг, без прямой рекламы, так, чтобы пользователи не догадались, что стали объектом рекламного воздействия

b) последовательность ответов на исходное сообщение, «ветвь обсуждения» в блоги или на форуме

c) платное размещение рекламы, контент которой соответствует форме, функциям и качеству контента носителя, на котором она появляется

d) оптимизированный для поиска контент, который постоянно актуален и остаётся свежим для читателей в течение длительного периода времени

7. Укажите верный ответ на вопрос, что такое «Виральность»?

a) свойство контента широко распространяться без усилий со стороны его автора — за счёт того, что пользователи сами охотно делятся им с другими. Проще говоря, это способность текста/клипа/мема/рекламы распространяться «сарафанным радио»

b) уровень привлекательности контента на странице компании или бренда. Рассчитывается как отношение количества лайков (реакций) к размеру аудитории

c) комплекс приёмов в коммуникации компании, направленных на стимулирование пользователей взаимодействовать с брендом

d) формат контента в социальных медиа, предполагающий фото, короткие видеоролики или интерактив (тесты, опросы, вопросы, отметки других аккаунтов, геолокации и др.), автоматически исчезающие через 24 часа

8. Укажите правильный вариант ответа на вопрос, что такое «Интеракция»?

a) сообщение пользователя, оставленное в цепочке обсуждения на информационной площадке.

b) любое взаимодействие пользователя с контентом (лайк, комментарий, репост, вопрос, сообщение, сохранение, скрытие, подписка на сообщество, аккаунт и др.)

c) комплекс действий по управлению тематическим сообществом в социальных медиа, направленный на формирование и увеличение в нём пула лояльных пользователей вокруг продукта\бренда\проблемы\идеи

d) тип связи в онлайн-сообществах и мобильных чатах/приложениях, при котором сообщение может быть просмотрено или прочитано только определённым получателем или группой людей

9. Укажите верное определение аббревиатуры «Модерация»:

a) процесс искусственного наращивания числовых показателей в социальных сетях

b) выражение настроения пользователя в отношении контента в социальных медиа

c) это план публикаций для социальных медиа, в котором отражаются даты, темы постов и другие значимые для публикаций пункты

d) комплекс контролирующих мер, направленных на обеспечение соблюдения участниками сообщества или пользователями площадки установленных правил поведения и общения

10. Соотнесите термины и их определения:

a) Адепт бренда

b) Адвокат бренда

c) Амбассадор бренда

d) разные посетители видят разные подменные номера. Технология предназначена для онлайн-рекламы и определяет источник, канал, кампанию и ключевое слово, по которому пришел посетитель

e) человек, чаще всего неаффилированный с брендом, который выступает в интересах компании в местах общения пользователей Интернета, социальных сетях, блогах, сообществах и форумах

f) человек, который представляет и рекламирует компанию, поддерживает ее предложения и посредством слов и действий выступает в качестве воплощения фирменного стиля компании; эксперты, когда речь заходит о бренде онлайн и офлайн

Правильный ответ:

---

11. Соотнесите термины и их определения:

a) Бан

b) Бот

c) Аватар

d) Мем

e) идея, образ или любой другой объект нематериального мира, который передаётся от человека к человеку вербально, невербально, через Интернет. Мем может видоизменяться внутри носителя, оказывать влияние на него и общество в целом.

f) искусственно созданный профиль, имитирующий человека. Создаётся с целью развития комьюнити-менеджмента или для управления репутацией бренда в соцсетях. Иногда это компьютерная программа, автоматически выполняющая запрограммированные задачи.

g) способ регулирования действий пользователей в Интернете, который заключается в лишении или ограничении ряда возможностей по размещению и потреблению контента, а также взаимодействию с другими пользователями на конкретной площадке.

h) графическое изображение, представляющее пользователя (человека или компанию) в социальных медиа

Правильный ответ:

---

12. Соотнесите термины и их определения:

a) Сниппет

b) Семантическое ядро

c) Посадочная страница

d) SEO-статья

e) совокупность слов, словосочетаний, которые используются для продвижения сайта при помощи текстового контента. Данные слова должны иметь прямое отношение к деятельности продвигаемой компании, так как именно от состава семантического ядра зависит большая часть результата работы SEO-оптимизатора

f) оптимизированный текст, обладающий ценностью для читателя, но рассчитанный в первую очередь на поисковые системы: появление на первых строчках при соответствующих запросах

g) страница сайта, на которую пользователь попадает, — «приземляется» — кликнув на рекламное объявление

h) небольшой отрезок текстовой информации, который выводится рядом с ссылкой в поисковой выдаче. Другими словами, это краткое описание страницы сайта, релевантное поисковому запросу

Правильный ответ:

_____

13. Дайте определение термина «Share of Voice» и расскажите, что отражает этот показатель в социальных сетях

Правильный ответ:

_____

14. Дайте определение термину «PESO-модель» и раскройте его значение в широком понимании.

Правильный ответ:

_____

15. Раскройте термин «Digital-стратегия» и перечислите её инструментарий.

Правильный ответ:

_____