**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

*Учебная дисциплина****: Теория и практика PR***

Компетенции:

УК-11, УК-12, ПКН-4, ПКН-9

| **Номер задания** | **Содержание задания** | **Правильный ответ** | **Компетенция** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Как можно назвать процесс получения новой информации на базе уже имеющейся с изменением ее содержания или формы представления? | обработка информации | УК - 11 |
|  | Как называется совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных (первичной информации) для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления (информационного продукта) | Информационная технология | УК - 11 |
|  | Что является элементом, составляющим знак охраны авторских прав? | Латинская буква «С» в окружности (©) | УК - 11 |
|  | Что такое плагиат? | Умышленное присвоение авторства на чужое произведение науки, литературы или искусства в целом или в частности | УК - 11 |
|  | За что несет ответственность рекламодатель при создании рекламы? | Содержание информации | УК - 11 |
|  | Что такое массовая информация? | Публично распространяемая печатная и аудиовизуальная | УК - 11 |
|  | С какого момента возникает авторское право? | С момента создания произведения | УК - 11 |
|  | IP-телефония, что это? | Общение по телефону через Интернет | УК - 11 |
|  | Что такое «Спам»? | Массовая автоматическая рассылка рекламных электронных сообщений | УК - 11 |
|  | Что происходит при изменении размеров растрового изображения | Качество ухудшается при увеличении (появляется зернистость) | УК - 11 |
|  | Вам необходимо написать пресс-релиз. По какому принципу Вы будете его писать? | по принципу пирамиды | УК-12 |
|  | Пресс-релизы бывают нескольких видов, в зависимости от целей публикации. Назовите виды пресс-релизов | информационные;  анонсирующие;  рекламные;  пиар-ориентированные;  динамические | УК-12 |
|  | Грамотно составить лид не сложно. Достаточно четко ответить на пять вопросов. Какие это вопросы? | «Когда?», «Где?» «Кто (что)?», «Почему (для чего)?», «Как?» | УК-12 |
|  | В структуру пресс-релиза входит заголовок. Как Вы считаете, в чем основная ценность заголовка пресс-релиза? | в информативности | УК-12 |
|  | Общественное мнение в обобщенном виде означает совокупность взглядов индивидов на определенную проблему. Как Вы считаете, что используется в PR для влияния на общественное мнение? | Любая информация | УК-12 |
|  | Вам необходимо осуществить планирование PR акции. Назовите 3 этапа планирования PR акции. | 1. определение проблемы  2. планирование программы  3.интерпретация общественного мнения | УК-12 |
|  | Известно, что массовая коммуникация является частным случаем социальной коммуникации. Что можно отнести к характеристике массовой коммуникации? | опосредованный характер | УК-12 |
|  | Вам необходимо написать пресс-релиз. Как Вы считаете, каков объем пресс-релиза? | 1 страница | УК-12 |
|  | Создана письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании. Что это за форма? | бриф | УК-12 |
|  | Компания выпустило издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное. Что это за издание? | буклет | УК-12 |
|  | Что является обеспечением быстрого, краткосрочного всплеска интереса и активности покупателей (в том числе посреднических организаций) относительно продвигаемого товара? | Стимулирование сбыта | ПКН-4 |
|  | Что входит в интегрированные маркетинговые коммуникации? | Реклама, PR, стимулирование сбыта и прямой маркетинг | ПКН-4 |
|  | Особый нематериальный актив, представляющий собой объективно сформировавшуюся совокупность представлений и мнений сторон, связанных с организацией и входящих в её бизнес-среду. | Деловая репутация организации | ПКН-4 |
|  | Назовите основные элементы имиджа (не менее трех) | 1-имидж товара (услуги); 2 - имидж потребителей товара; 3 - внутренний имидж организации; 4 - имидж основателя и / или основных руководителей; 5 - имидж персонала; 6 - визуальный имидж организации; 7 -социальный имидж организации; 8 –бизнес-имидж организации. | ПКН-4 |
|  | Что относится к средствам прямой рекламы?  Назовите не менее трех. | Реклама по почте, реклама по телефону, реклама в средствах массовой информации, реклама посредством личного контакта | ПКН-4 |
|  | Что является преимуществом прямой рекламы? | При минимальных затратах средств имеет высокую избирательную способность. | ПКН-4 |
|  | Что входит в рекламные материалы? Назовите не менее трех. | Рекламный материал - каталоги, проспекты, брошюры, плакаты | ПКН-4 |
|  | Прямые контакты с покупателями с применением электронных и печатных средств коммуникации, на основе имеющихся баз данных о потенциальных покупателях, с целью совершения продаж товара | Прямой маркетинг | ПКН-4 |
|  | Как называется кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого предприятия - экспоненты с помощью образцов (экспонатов) создают представительную картину предложения товаров (услуг), технологий одной или нескольких отраслей и стремятся проинформировать конечных потребителей и / или торговых посредников о себе и о своей продукции с конечной целью  содействия продажам? | Торгово-промышленная выставка | ПКН-4 |
|  | Как называется организация информирования потенциальных покупателей о продвигаемом (предлагаемом) товаре в комплексе с одновременным активным воздействием на все его чувства восприятия окружающей действительности: зрение, слух, обоняние, осязание и вкус? | Сенсорный маркетинг | ПКН-4 |
|  | Что является обеспечением быстрого, краткосрочного всплеска интереса и активности покупателей (в том числе посреднических организаций) относительно продвигаемого товара? | Стимулирование сбыта | ПКН-9 |
|  | Что входит в интегрированные маркетинговые коммуникации? | Реклама, PR, стимулирование сбыта и прямой маркетинг | ПКН-9 |
|  | Особый нематериальный актив, представляющий собой объективно сформировавшуюся совокупность представлений и мнений сторон, связанных с организацией и входящих в её бизнес-среду. | Деловая репутация организации | ПКН-9 |
|  | Назовите основные элементы имиджа (не менее трех) | 1-имидж товара (услуги); 2 - имидж потребителей товара; 3 - внутренний имидж организации; 4 - имидж основателя и / или основных руководителей; 5 - имидж персонала; 6 - визуальный имидж организации; 7 -социальный имидж организации; 8 –бизнес-имидж организации. | ПКН-9 |
|  | Что относится к средствам прямой рекламы?  Назовите не менее трех. | Реклама по почте, реклама по телефону, реклама в средствах массовой информации, реклама посредством личного контакта | ПКН-9 |
|  | Что является преимуществом прямой рекламы? | При минимальных затратах средств имеет высокую избирательную способность. | ПКН-9 |
|  | Что входит в рекламные материалы? Назовите не менее трех. | Рекламный материал - каталоги, проспекты, брошюры, плакаты | ПКН-9 |
|  | Прямые контакты с покупателями с применением электронных и печатных средств коммуникации, на основе имеющихся баз данных о потенциальных покупателях, с целью совершения продаж товара | Прямой маркетинг | ПКН-9 |
|  | Как называется кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого предприятия - экспоненты с помощью образцов (экспонатов) создают представительную картину предложения товаров (услуг), технологий одной или нескольких отраслей и стремятся проинформировать конечных потребителей и / или торговых посредников о себе и о своей продукции с конечной целью  содействия продажам? | Торгово-промышленная выставка | ПКН-9 |
|  | Как называется организация информирования потенциальных покупателей о продвигаемом (предлагаемом) товаре в комплексе с одновременным активным воздействием на все его чувства восприятия окружающей действительности: зрение, слух, обоняние, осязание и вкус? | Сенсорный маркетинг | ПКН-9 |