

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 53 от 26.08.2024

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ (МОДУЛЬ)**
История публичных коммуникаций
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Учебный план 42.04.01_2023_MarРиО.rlx
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 38

самостоятельная работа 34

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	16 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практически е	30	30	30	30
Итого ауд.	38	38	38	38
Контактная работа	38	38	38	38
Сам. работа	34	34	34	34
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

доктор культурологии, доцент, Профессор кафедры ГИСЭД, Паришкова Г.Б.

Рецензент(ы):

канд.искусствоведения, Зав.кафедрой КД, Нечаев М.Г.

Рабочая программа дисциплины

История публичных коммуникаций

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 26.08.2024 протокол № 53.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Дьячков А.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Сформировать компетенции обучающегося в области истории публичных коммуникаций.
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	дать представления обучающимся об особенностях форм публичных коммуникаций.
1.4	объяснить обучающимся актуальные тенденции публичной сферы.
1.5	показать обучающимся специфику основных форм и видов публичных коммуникаций, сложившихся в европейской культуре.
1.6	дать понимание обучающимся предназначения публичных коммуникаций и их роли в системе культуры.
1.7	раскрыть особенности базовых концепций публичных коммуникаций и деформаций публичной сферы жизни в современности

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации
2.2.2	Производственная практика. Профессионально-творческая практика
2.2.3	Экзамен по модулю "Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)"
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.5	Экзамен по модулю "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
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	
Знать:	
Уровень 1	особенности развития публичного дискурса в контексте развития общественных и государственных институтов, ключевые исторические периоды развития публичных коммуникаций и связанных практик
Уметь:	
Уровень 1	анализировать и классифицировать специфику развития публичной сферы в различные исторические периоды развития общественных и государственных институтов с учетом сопутствующего коммуникационного контекста
Владеть:	
Уровень 1	навыком аналитической работы, позволяющем выявлять и осмыслять причинно-следственные связи во взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформации базовых элементов коммуникативных взаимодействий

ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень 1	основные этапы развития практик публичных коммуникаций в контексте локального и глобального культурного развития
Уметь:	
Уровень 1	анализировать и описывать специфику публичных коммуникаций в различные историко-культурные эпохи
Владеть:	
Уровень 1	навыками системного анализа особенностей культурного развития и усложнения публичных сфер и методов управления публичными коммуникациями

ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
Знать:	
Уровень 1	основные этапы формирования интереса аудитории к различным коммуникационным продуктам.
Уметь:	

Уровень 1	анализировать потребности общества и интересы аудитории с учетом доминирующих практик публичных коммуникаций в разные исторические периоды
Владеть:	
Уровень 1	навыком анализа и прогнозирования спроса аудитории на ключевые практики публичных
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	
Знать:	
Уровень 1	Этичечкие нормы публичной коммуникации
Уметь:	
Уровень 1	Определять особенности публичного воздействия
Владеть:	
Уровень 1	Навыками актуальной публичной коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ОПК-2.1.1 Специфику эволюции публичных коммуникаций в европейской социальной истории, ее основные этапы;
3.1.2	ОПК-3.1.1 Специфику культурно-исторической эволюции публичных коммуникаций;
3.1.3	ОПК-4.1.1 Специфику коллективной рецепции основных форм публичной коммуникации различных культурно-исторических эпох;
3.1.4	ОПК-5.1.1 Этическую ценность уникальных публичных коммуникаций различных эпох европейской истории.
3.2	Уметь:
3.2.1	ОПК-2.2.1 Выделять корректные особенности публичной сферы во все исторические этапы европейской социальной истории;
3.2.2	ОПК-3.2.1 Проводить дескрипцию уникальных форм публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох;
3.2.3	ОПК-4.2.1 Реконструировать основные общесоциальные ценности в различные культурно-исторические эпохи на основании распространенные в данных культурных рамках публичные коммуникации;
3.2.4	ОПК-5.2.1 Определять особенности публичного воздействия различных медиакоммуникационных практик;
3.3	Владеть:
3.3.1	ОПК-2.3.1 Навыками раскрывать причинно-следственные связи в конкретных явлениях, тенденциях, основанных на взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформациях коммуникативных взаимодействий;
3.3.2	ОПК-3.3.1 Способностью выявлять и характеризовать различия между многообразием публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох;
3.3.3	ОПК-4.3.1 Навыками прогнозирования наиболее востребованных видов публичных коммуникаций;
3.3.4	ОПК-5.3.1 Навыками прогнозирования наиболее актуальные виды публичных коммуникаций в сфере рекламы и PR.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Теоретико-методологические основания дисциплины					
1.1	Теоретикометодологические установки исследований публичных коммуникаций /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.2	Основные исследования публичной коммуникации /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.3	Теория коммуникативного действия /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Э1	

1.4	Базовые феномены публичной сферы жизни /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.5	Самостоятельная работа по подготовке по темам раздела /Ср/	1	12	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
	Раздел 2. Эволюция публичных коммуникаций (архаика - европейское Средневековье)					
2.1	Специфика публичных коммуникаций в разных исторических периодах /Лек/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.2	Роль публичных коммуникаций в архаических культурах, формы публичной жизни античной Греции классической эпохи и эволюция публичных коммуникаций в античном Риме /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.3	Своеобразие публичных коммуникаций европейского Средневековья и трансформации публичной жизни в ренессансной культуре /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.4	Самостоятельная работа по подготовке по темам раздела /Ср/	1	10	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
	Раздел 3. Эволюция публичных коммуникаций (Новое время - современность)					
3.1	Развитие публичной сферы в Новое время /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
3.2	Первоначальная эволюция печатной сферы и ее антропологические влияния /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
3.3	История публичных коммуникаций в России /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.7 Э1	
3.4	Публичность как феномен культуры /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
3.5	Основные концепции публичности. Концепции публичной сферы. Публичные коммуникации в эпоху интернета. /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
3.6	Самостоятельная работа по подготовке к написанию контрольной работы /Ср/	1	10	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Э1	
3.7	Написание контрольной работы /Контр.раб./	1	2	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к контрольной работе:

- 1.Перечислите технологии управления общественным мнением в фильме «Кровь на наших руках».
- 2.Какие существовали принципы публичных коммуникаций, инструменты СО и реклама в Европе конца 19 - начала 20 в. в романе Эмиля Золя «Дамское счастье»?
- 3.Какие существовали особенности публичных коммуникаций в США между мировыми войнами согласно роману Льюиса Синклера «У нас это не возможно»?
- 4.Какие существовали особенности деятельности современного специалиста по СО, этические аспекты деятельности согласно роману К. Бакли «Здесь курят»?
- 5.Какие существовали коммуникационные технологии, инструменты РиСО и этические аспекты деятельности согласно роману Дж. Оруэлла «1984»?
- 6.Опишите образ специалиста по рекламе в романе Ф. Бекбедера «99 франков».
- 7.Назовите инструменты РиСО в фильме «Хвост виляет собакой или плутовство».
- 8.Опишите работу с информацией специалиста по коммуникациям по работе Э.Лу «Лучшая страна на свете».

Подробнее см. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "История публичных коммуникаций"

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГТУАДИ имени А.Д. Крякова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп.

Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед ее выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Артамонов, Д. С.	История рекламы и PR: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью»	Саратов: Издательство Саратовского университета, 2019
Л1.2	Зайцева, А. В.	Теория коммуникации: учебно-методическое пособие	Луганск: Книта, 2021

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Романов А. А., Басенко В. П.	Реклама и PR: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008
Л2.2	Бородай А. Д., Грибок Н. Н.	Становление и развитие индустрии рекламы в России: монография	Москва: Московский гуманитарный университет, 2012

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Васильева Л. А.	Реклама: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016
Л2.4	Ларина, А. В.	Специальные виды маркетинговых коммуникаций: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л2.5	Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С.	Технологии деловых и научных коммуникаций: учебное пособие	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019
Л2.6	Владимирова, Н. В., Соломина, Н. В.	Основы деловых коммуникаций: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2019
Л2.7	Решетникова, Е. В.	Русский язык и основы деловых коммуникаций: учебное пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «История публичных коммуникаций» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course
----	--

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ (МОДУЛЬ)**

История публичных коммуникаций

Учебный план: 42.04.01_2023_MarPriO.plx

Направление подготовки (специальность): 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: ст. преподаватель кафедры
кафедры ГИСЭД,
Захарова А.В.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Гуманитарных и
социально-экономических дисциплин
Протокол от 26.08.2024 № 1
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

Новосибирск 2024

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ОПК-2	ОПК-2.1.1 Специфику эволюции публичных коммуникаций в европейской социальной истории, ее основные этапы; ОПК-2.2.1 Выделять корректные особенности публичной сферы во все исторические этапы европейской социальной истории; ОПК-2.3.1 Навыками раскрывать причинно-следственные связи в конкретных явлениях, тенденциях, основанных на взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформациях коммуникативных взаимодействий.
ОПК-3	ОПК-3.1.1 Специфику культурно-исторической эволюции публичных коммуникаций; ОПК-3.2.1 Проводить дескрипцию уникальных форм публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох; ОПК-3.3.1 Способностью выявлять и характеризовать различия между многообразием публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох.
ОПК-4	ОПК-4.1.1 Специфику коллективной рецепции основных форм публичной коммуникации различных культурно-исторических эпох; ОПК-4.2.1 Реконструировать основные общесоциальные ценности в различные культурно-исторические эпохи на основании распространенные в данных культурных рамках публичные коммуникации; ОПК-4.3.1 Навыками прогнозирования наиболее востребованных видов публичных коммуникаций.
ОПК-5	ОПК-5.1.1 Этическую ценность уникальных публичных коммуникаций различных эпох европейской истории; ОПК-5.2.1 Определять особенности публичного воздействия различных медиакommunikation практик; ОПК-5.3.1 Навыками прогнозирования наиболее актуальных видов публичных коммуникаций в сфере рекламы и PR.

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочное средство 1: Тестовые задания по дисциплине «История публичных коммуникаций» (ОПК-2).

Задание 1.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Термин «реклама» происходит от лат. слова «*reklamare*», что значит _____.

Задание 2.

Прочитайте текст и выберите верный вариант.

Торжественные надписи в честь своих победоносных завоеваний в Древнем Риме высекали не только на статуях, но и на...

1. триумфальных арках
2. сценах
3. тротуарах

Задание 3.

Прочитайте вопрос и выберите правильный(е) вариант(ы) ответа.

Кто из перечисленных относится к представителям публичных коммуникаций Средневековья?

1. Глашатай
2. Герольд
3. Гонец

Задание 4.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Что относится к рекламным новациям Англии XIX – начале XXвв?

1. рубричная реклама
2. появление иллюстрированных журналов
3. появление движущихся баннеров

Задание 5.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

С чьим именем связано появление концепта– технологии PR1921 год?

1. Айви Ли
2. Уолтер Липпманн
3. Эдвард Бернейз

Задание 6.

Продолжите фразу:

Просвещение возникло в...

1. Англии
2. Франции
3. Германии
4. Италии

Задание 7.

Укажите верное суждение:

1. Символ и ритуал в Средние века были более распространенными языками общения, нежели письменное слово;

2. В Средние века влияние духовной и идейной диктатуры церкви было весьма незначительным

1. Верно только 1
2. Верно только 2
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны

Задание 8.

Прочитайте текст и выберите верный вариант.

В XV веке Гутенберг изобрел ... и это оказало влияние на развитие рекламы

1. Бумагу
2. Литографию
3. Печатный станок

Задание 9.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

Кого в Древней Греции приглашали на народные собрания в амфитеатре раз в неделю?

1. приглашались лица, которым власть помогла и от первого лица рассказывали, как им помогла власть, чествовали героев, объяснялись нововведение полиса, публично порицались преступники, ставились театральные представления.
2. приходили только слуги и придворные
3. разрешалось всем

Задание 10.

Соотнесите PR-технологии и периоды их активного использования:

	технологии		периоды
А)	Памфлеты	1)	1920-1930-е годы
Б)	Радио	2)	Колониальная эпоха
В)	Пресс-релизы	3)	Начало 20 века
Г)	Социальные медиа	4)	21 век

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

Задание 11.

Прочитайте текст и выберите верный ответ.

Функция управления общественным мнением, способствующая установления и дальнейшему поддержанию общения и взаимопонимания между объектом и субъектом-это _____

1. Реклама
2. Пиар
3. Манипулирование
4. Все варианты

Задание 12.

Прочитайте текст и выберите верный вариант.

Способ урегулирования конфликтных ситуаций и разрешения противоречий на основе

поиска компромиссов и снятия взаимных обвинений участвующих сторон, есть:

1. Диалог
2. Переговоры
3. Конференция

Задание 13.

Прочитайте вопрос и выберите правильный(е) вариант(ы) ответа

С помощью каких видов писем государственные деятели, мыслители, ораторы античности нередко пытались повлиять на ход событий в своих полисах? (несколько вариантов ответа)

1. совещательных писем
2. любовных писем
3. писем-размышлений
4. писем-признаний
5. писем-политических воззваний

Задание 14.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа

К какой эпохе относятся такие коммуникативные акты, как должностная переписка, указы, распоряжения?

1. Новое время
2. эпоха Возрождения
3. Античность
4. Средние века

Задание 15.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа

Жесткая конкуренция газет за массового читателя породила?

1. Драки между издателями;
2. “Жёлтую журналистику”
3. Поиск эксклюзивной информации
4. Набор новых кадров для работы

Задание 16.

Продолжите следующую фразу:

Фокус-группа - это

1. сегмент потребителей, на который направлена реклама в СМИ
2. групповое исследовательское интервью
3. группа лидеров, которые быстрее, чем массовая аудитория воспринимают рекламные тексты

Задание 17.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

Как переводится «паблик рилейшнз»?

1. Связи с общественностью
2. Связь с потребителями
3. Общественные связи
4. Имидж фирмы

Задание 18.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Что такое Афиша?

1. это вербальное настенное развернутое сообщение об общественно значимом событии или зрелище.
2. объявление о спектакле, концерте, лекции и т. п., вывешиваемое на видном месте.
3. рекламное листовое издание, вид печатной рекламы на бумаге или картоне. В отличие от плаката Афиша является анонсом к.-л. грядущего события и расклеивается на улицах.

Задание 19.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Маленькие листовки в стихотворной форме называли _____

Задание 20.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Как звали знаменитых античных ораторов, прославившихся своими яркими речами?

1. Аристотель, Платон;
2. Сократ, Демосфен
3. Цицерон, Плиний
4. Перикл, Тиберий Грахт

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 41

Не сформирован 0-11 баллов (неудовлетворитель но)	Пороговый уровень 12-21 балл (удовлетворительн о)	Базовый уровень 22-33 балла (хорошо)	Продвинутый уровень 34-41 балл (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональны е и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

Оценочное средство 2: Тестовые задания по дисциплине «История публичных коммуникаций» (ОПК-3).

Задание 1.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Кто впервые упомянул термин «Реклама и Public Relations»?

1. Джефферсон
2. Рузвельт
3. Бисмарк

Задание 2.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Что из перечисленного относится к функциям проторекламы?

1. Сигнальная
2. Демонстративная
3. Скрытая

Задание 3.

Прочитайте текст и выберите верный вариант.

Первая модель PR - ...

1. «демократия», «гуманность», «паблисити»
2. «манипуляция», «пропаганда», «паблисити»
3. «манипуляция», «пропаганда», «нацеленность»

Задание 4.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

В каком году появилась первая иллюстрация в газетной рекламе?

1. 1780
2. 1680
3. 1682

Задание 5

Прочитайте текст и выберите верный вариант.

Российская реклама с древности до конца XVIII в. была 50:50.

1. Устная и визуальная
2. Устная и письменная
3. Письменная и визуальная

Задание 6.

Продолжите следующую фразу:

Двустипшие или четверостишие в российской рекламе, обращающее внимание на достоинства товара – это...

1. Прибаутки
2. Заклички
3. Басни

Задание 7.

Продолжите следующую фразу:

Фольклорная картинка с легким и доходчивым образом, как правило, цветная – это...

1. Афиша
2. Лубок
3. Объявление

Задание 8.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Реклама и СО в XIX – начале XXвв. в России: какие формы отсутствовали?

1. Этикетки
2. Театральные программки
3. Сводки о скачках

Задание 9.

Прочитайте текст и выберите утвердительный или отрицательный ответ.

Лубок пользуется огромной популярностью в XIX – начале XXвв. в России.

Да	Нет

Задание 10.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какие газеты были ведущими в эпоху СССР?

1. «Известия»; «Правда»; «Комсомолка»
2. «Известия»; «Правда»; «Экономическая газета»
3. «Известия»; «Русская правда»; «Экономическая газета»

Задание 11

Прочитайте текст и выберите утвердительный или отрицательный ответ.

О рекламе в СССР в 30-е годы: «Продовольственный кризис начала 1930-х гг. затормозили и усложнили развитие рекламного процесса; реклама носит характер партийно-политический и социальнополитический».

Да	Нет

Задание 12.

Выберите несколько верных утверждений образа эффективного коммуникатора

1. Грамотная речь
2. Харизма
3. Умение обходиться без связей
4. Невербальные жесты коммуникации
5. Отсутствие знаний, но умение обойтись без них
6. Отсутствие собственной воли

Задание 13.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

. _____ считается автором первого пресс-релиза, выпущенного в 1906 году после железнодорожной катастрофы в Пенсильвании.

Задание 14.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Демонстративный знаковый комплекс, обеспечивающий оперативную наглядную и смысловую коммуникацию, действующую на объекты и субъекты. Возникает как необходимость самоидентификации – это _____.

Задание 15.

Сопоставьте исторические фигуры и их роль в развитии коммуникаций:

	Исторические фигуры		Роль
А)	Кардинал Ришелье	1)	Личное взаимодействие с рабочими для улучшения имиджа
Б)	Фердинанд Магеллан	2)	Приукрашенные рассказы для привлечения поселенцев
В)	Вудро Вильсон	3)	Использование СМИ в политических целях
Г)	Джон Рокфеллер-младший	4)	Создание Комитета общественной информации

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

Задание 16.

Продолжите фразу:

Важную роль в процессе возникновения США сыграли:

1. городские митинги;
2. выступления известных политиков;
3. восстания американских колонистов;
4. печатные издания.

Задание 17.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

В 1906 году Айви Ли опубликовал "Декларацию _____", которая стала одним из первых документов, устанавливающих этические стандарты в PR.

Задание 18.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Кто из отечественных поэтов работал в организации, которую сегодня можно было бы назвать рекламным агентством?

1. Пушкин
2. Маяковский
3. Высоцкий

Задание 19.

Назовите основное отличие политической рекламы от коммерческой:

1. предмет изучения;
2. объект регламентирования;
3. решаемые задачи;

Задание 20.

Какие критерии определения границ жанра могут быть?

1. объем произведения;
2. способ построения образа;
3. предмет изображения;
4. методы и средства воплощения;
5. все выше перечисленное.

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 43

Не сформирован 0-12 баллов (неудовлетворитель- но)	Пороговый уровень 13-24 баллов (удовлетворительн о)	Базовый уровень 25-35 баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 36-43 балла (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

Оценочное средство 3: Тестовые задания по дисциплине «История публичных коммуникаций» (ОПК-4)

Задание 1.

Продолжите следующую фразу:

Целью контроля рекламной деятельности является:

1. разработка направлений развития фирмы;

2. определение оптимальной численности сотрудников фирмы;
3. определение эффективности расходования средств на рекламу.

Задание 2.

Продолжите следующую фразу:

На информационном листе размещается:

1. фирменный знак;
2. логотип;
3. атрибуты адресата.

Задание 3.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

Что из перечисленного является рекламой?

1. письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы;
2. выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы;
3. сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы.

Задание 4

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Дисциплина «Паблик рилейшнз» вошла в официальные программы экономических учебных заведений в _____ годах.

Задание 5.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

Какое изображение чаще всего гильдия купцов принимала в качестве собственной эмблематики?

1. Близкого родственника
2. изображение того святого, которого особенно почитала, например, для венецианских купцов это был образ святого Марка, у сапожников — образ святого Кристина.
3. Императора или Царя

Задание 6.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

В каком веке новым витком в развитии политической рекламы становится образование периодической печати – журналистики?

1. в XX веке
2. в середине XVI в
3. в первом десятилетии XVII

Задание 7.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Развитие капиталистических отношений, борьба буржуазии с феодальным дворянством сопровождалась более глубоким втягиванием широких масс в общественную и политическую жизнь. Действенным инструментом в этом процессе являлась _____ реклама.

Задание 8.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

В каком году появилась «имиджевая реклама»?

1. В 1980-е
2. В 1960-е
3. В 1940-е

Задание 9.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

В каком году третий президент Америки Томас Джефферсон в черновике своего «Седьмого обращения к конгрессу» заменил выражение «состояние мысли» на «общественные отношения»?

1. 1879 году
2. 1807 году

3.1910 году

Задание 10.

Прочитайте вопрос и выберите верный вариант.

Что в Древнем Египте по сути дела являлось современными плакатами?

1. доски, с изображением правителей
2. портреты
3. множество реалистических картин и надписей

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 20

Не сформирован 0-5 баллов (неудовлетворитель но)	Пороговый уровень 6-10 баллов (удовлетворительн о)	Базовый уровень 11-16 баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 17-20 баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

Оценочное средство 4: Тестовые задания по дисциплине «История публичных коммуникаций» (ОПК-5)

Задание 1.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Коммуникативная технология по воздействию на информацию и информационные системы противника с целью достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии при одновременной защите собственной информации и своих информационных систем – это _____.

Задание 2.

Прочитайте вопрос и выберите правильный(е) вариант(ы) ответа.

Какие подходы к определению PR существуют в научных источниках?

- 1) PR рассматривается как искусство
- 2) PR рассматривается как научная деятельность
- 3) PR рассматривается как система
- 4) PR рассматривается как сфера деятельности
- 5) PR рассматривается как функция управления

Задание 3

Укажите особенность PR, характерную для Нового времени:

- 1) Способы СО не претерпели никаких изменений;
- 2) Типы коммуникации многократно ослабили свою мощь и степень влияния;
- 3) Вместо божественных догм стало постепенно занимать внимание к человеческой личности;
- 4) Усилилась значимость устного слова в палитре методов СО.

Задание 4.

Прочитайте текст и запишите недостающее слово.

Купцы Средневековья являлись носителями информации. Для них не существовало межгосударственных ограничений. Их деятельность – создание имиджа определенных _____

- a) Мест
- b) Товаров
- c) Личностей

Задание 5.

Соответствовало ли данное высказывание тому времени?

«Триумфальные шествия завершались жертвоприношениями и раздачей подарков, демонстрацией добытых в сражениях трофеев».

Да	Нет

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 12

Не сформирован 0-3 балла (неудовлетворитель- но)	Пороговый уровень 4-6 баллов (удовлетворительн о)	Базовый уровень 7-9 баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 10-12 баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональны е и управленческие решения по известным	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи,

практических заданий.	деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	алгоритмам, правилам и методикам	принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении
-----------------------	---	----------------------------------	--

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Данная дисциплина входит в модуль, который включает несколько связанных предметов, направленных на углубленное изучение выбранной области.

Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)	
Дисциплина модуля	Форма промежуточной аттестации
История публичных коммуникаций	Экзамен
Мировые культуры и межкультурные коммуникации	
Интегрированные маркетинговые коммуникации	
Планирование и реализация коммуникационных кампаний	
Цифровые технологии в профессиональной сфере	

Экзамен – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Задание для экзамена по модулю «Теория и практика маркетинговых коммуникаций» задания по каждой дисциплине модуля. Итоговая оценка является средним значением результатов

Оценочное средство: Вопросы для выполнения контрольной работы по дисциплине «История публичных коммуникаций».

1. Перечислите технологии управления общественным мнением в фильме «Кровь на наших руках».
2. Какие существовали принципы публичных коммуникаций, инструменты СО и реклама в Европе конца 19 - начала 20 в. в романе Эмиля Золя «Дамское счастье»?
3. Какие существовали особенности публичных коммуникаций в США между мировыми войнами согласно роману Льюиса Синклера «У нас это не возможно»?
4. Какие существовали особенности деятельности современного специалиста по СО, этические аспекты деятельности согласно роману К. Бакли «Здесь курят»?
5. Какие существовали коммуникационные технологии, инструменты РиСО и этические аспекты деятельности согласно роману Дж. Оруэлла «1984»?
6. Опишите образ специалиста по рекламе в романе Ф. Бекбедера «99

франков».

7. Назовите инструменты РиСО в фильме «Хвост виляет собакой или плутовство».

9. Опишите работу с информацией специалиста по коммуникациям по работе Э.Лу «Лучшая страна на свете».

Критерии оценивания контрольной работы

- 1) правильность ответа (отсутствие фактических ошибок);
- 2) полнота ответа (раскрытие объема используемых понятий);
- 3) обоснованность ответа (наличие аргументов);
- 4) логика изложения ответа (правильная последовательность изложения материала);
- 5) сопоставимость с эталонным ответом.

Критерии выставления оценки:

Не сформирован (неудовлетворитель но)	Пороговый уровень (удовлетворительн о)	Базовый уровень (хорошо)	Продвинутый уровень (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении