

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хвужков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:17:19
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
45.03.05 Медиакоммуникации
Протокол № 5
от « 15 » мая 2024 г

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.О.31 «Организация и проведение коммуникационных кампаний»

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор(ы)—составитель(и):

кандидат педагогических наук

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики

и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

№ п/п	Код компетенции	Тип задания	Вопрос	Ответ
1.	ОПК-7	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: К конкретным целям ПР относится: а) заключение хозяйственного договора б) позиционирование объекта в) оба варианта верны	б
2.	ОПК-7	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Способ организации деятельности посредника по налаживанию коммуникаций между оппонентами, состоящий в организации посреднических встреч последовательно с каждой стороны, называется: а) технологической дипломатией б) дипломатической технологией в) челночной дипломатией	в
3	ОПК-7	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: К числу форм специализации рекламных агентств относятся (-ится): а) отраслевая б) территориальная в) оба варианта верны .	в
4	ОПК-7	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Стратегический процесс, выходящий за рамки чистого производства, для которого крайне важна неструктурированная мультимедийная информация (электронные таблицы, документы, отсканированные статьи, видеоклипы и т.д.): а) делегирование б) моделирование в) планирование бизнеса	в
5.	ОПК-7	Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между определением и его содержание 1) Барьеры коммуникации а) ментальная модель, убеждения относительно организации, разделяемое ее членами 2) Идентичность организационная б) элемент коммуникации; помехи, препятствующие приему, пониманию и усвоению сообщений 3) Инсайдер в) коммуникант, входящий во влиятельные структуры и имеющий доступ к закрытой информации	1 б 2 а 3 в
6.	ОПК-7	Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между видом цветовой схемы и изображением 1) Каналы коммуникации 2) Коммуникационная кампания 3) Коммуникации модели а) совокупность мер и мероприятий информационного, коммуникативного и организационного характера для реализации поставленной задачи в области воздействия на общественное мнение и поведение целевой общественности б) действие (односторонний процесс передачи сигналов без осуществления обратной связи), взаимодействие (двусторонний процесс обмена информацией), коммуникативный	1 в 2 а 3 б

			процесс (коммуниканты поочередно и непрерывно выступают в роли источника и получателя информации). в) специально сформированная среда, через которую передается информация от коммуникатора к реципиенту	
7	ОПК-7	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание: 1. Концепт 2. Метод Дейл-Шалла 3. Общественное мнение А. измерение доходчивости и «читабельности» рекламных текстов; учитывает длину строк и использование редко употребляемых слов. Б. раскрывает смысл обозначаемого им феномена. В. проявление общественного сознания, в котором отражается отношение больших социальных групп, народа, социальной системы, общества в целом к явлениям, представляющим общественный интерес	1 Б 2 А 3 В
8	ОПК-7	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание: а) Паблсити б) Рейтинг в) Репутация, реноме 1) показатель предпочтения по определенному признаку. 2) известность, самореклама; различные действия по привлечению внимания, в том числе СМИ 3) приобретенная организацией или личностью общественная оценка, создавшееся мнение о качествах, достоинствах и недостатках; установившееся мнение о ком-либо, чем-либо	а 2 б 1 в 3
9.	ОПК-7	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение ...этап предполагает проведение исследований рыночной среды, оценку внутреннего состояния и ресурсов бренда, эффективности продвижения.	аналитический
10.	ОПК-7	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: В рамках этапаопределяются ответственные лица, формируется команда, по необходимости принимаются в штат специалисты узкой направленности	планирования
11	ОПК-7	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Основная коммуникационной кампании – это привлечение внимания и заинтересованности целевой аудитории, создание позитивного имиджа и установление долгосрочных отношений с потребителями	задача
12	ОПК-7	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Для эффективного достижения поставленных задач коммуникационной кампании необходимо, определить целевую аудиторию, выбрать подходящие коммуникационные каналы и создать соответствующие сообщения	разработать стратегию
13.	ОПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой кризисная коммуникация	кризисная коммуникация представляет собой взаимодействие субъектов в условиях

				резкого изменения хода коммуникативного процесса, вызвавшего затруднения в привычном обмене сообщениями
14	ОПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой контент-анализ	контент-анализ представляет собой анализ текста с целью содержательной интерпретации выявленных закономерностей
15.	ОПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой теория общественного мнения	совокупность концепций и взглядов о природе, роли и значении в обществе оценочных суждений групп людей относительно проблем, событий и фактов
16.	ОПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой эхо-фраза	выражение, стоящее в конце текстового обращения, которое повторяет заголовок или основной мотив обращения