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

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.14 Медиабрендинг
(код и наименование РПД)

Бакалавр
(уровень образования)
42.03.05. Медиакоммуникации
Профиль «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Документ подписан электронной подписью
Сертификат 0445A07A004BB0E9904E8660F1D88A32BA
Владелец: Панарин Игорь Анатольевич
Действителен с 26.07.2023 г. по 26.10.2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики, к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-2	Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3	Способен владеть навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.3	Способен владеть техниками и приемами медиаисследований и медиабрендинга с учетом особенностей региональных медиасистем.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-2.3	Владение навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов.	В полной мере владеет навыками создания коммуникационных продуктов; учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов.
ОПК-5.3	Владение техниками и приемами проведения медиаисследований и стратегиями медиабрендинга объектов с учетом особенностей региональных медиасистем.	Владеет техниками и приемами проведения медиаисследований с учетом особенностей региональных медиасистем.

ОПК-2.3 Способен владеть навыками создания и критического осмысления коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов

стр.5 рпд

1. Укажите, что помогают сформулировать 4 следующих вопроса: (выберите один правильный ответ):

1. Для кого? - определение целевой группы потребителей, для которой создается бренд

2. Зачем? - выгода потребителя, которую он получит в результате приобретения именно этого бренда

3. Для какой цели (для какого использования?) нужен именно этот бренд

4. Против какого конкурента?

1. Потребительский спрос
2. Позиционирование бренда
3. Популярность торговой марки
4. Качество товарного знака
5. Стратегию маркетинга компании

Ответ: 2

стр.5 рпд

2. Соотнесите типы среды организации с их содержанием:

А. внешняя среда организации	1. совокупность взаимодействующих внутриорганизационных компонентов, включающих людей, структуру, технологии
В. внутренняя среда организации	2. совокупность внешних по отношению к данной системе факторов, которые учитываются при принятии организационных решений

А	В

Ответ: 21

стр.5 рпд

3. Определите последовательность логической цепочки понятий (от меньшего понятия к большему):

1. товар
2. прием привлечения внимания
3. брендирование.
4. продвижение

Ответ: 2143

стр.5 рпд

4. Дайте определение понятию "бай-лайнер".

Эталонный ответ: бай-лайнер – статья, написанная специалистом по PR и подписанная

должностным лицом для придания публикации престижности; составная часть пресс-кита, выделяющая товары (услуги) из массы аналогичных товаров (услуг) конкурентов.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

ОПК-5.3 Способен владеть техниками и приемами медиаисследований и медиабрендинга с учетом особенностей региональных медиасистем, а также анализировать тенденции развития мировых и региональных медиарынков.

стр.6 рпд

5. Выберите наиболее подходящий вариант определения:

Позиционирование — это… **(Укажите один верный ответ):**

1. занятие политической позиции
2. узнаваемость торговой марки
3. контроль качества товарного знака
4. создание для бренда такого контекста, в котором связанный с ним выбор будет восприниматься как наилучший

5. производство лучшего товара.

Ответ: 4

стр.6 рпд

6. Соотнесите понятия с их содержанием:

A. бизнес	1. план предпринимательской деятельности на определенный период, устанавливающий цели и показатели, которых должно достичь предприятие
B. бизнес-план	2. предпринимательство, дело, занятие, коммерция, в условиях рынка приносящая доход или иные выгоды
C. бизнес-рилейшнз	3. деловые торговые отношения

A	B	C

Ответ: 213

стр.6 рпд

7. Определите последовательность логической цепочки понятий (от меньшего понятия к большему):

1. бренд профессиональной среды
2. бренд организации
3. бренд человека

Ответ: 321

стр.6 рпд

8. Дайте определение понятию "баннер".

Эталонный ответ: баннер – вид рекламной продукции, транспарант (растяжка) или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивают в общественных местах или местах продажи.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

стр.6 рпд

9. Дополните высказывание прилагательным:

«_____ брендинг отвечает за конструирование образа политической партии, подразумевая разработку названия самой партии (нейминг), создание девизов, лозунгов, вспомогательных эмблем, символики партии».

Ответ: партийный

стр.6 рпд

10. Дополните высказывание прилагательным:

«_____ брендинг ориентирован на формирование позитивного образа конкретного государства, его народов и представителей политической власти».

Ответ: государственный