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.09 Медиаменеджмент
(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):

Ильин Всеволод Николаевич, доцент кафедры государственного и муниципального управления, к. и. н.

Заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, к. соц. н. Гончарова Наталья Петровна

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-4	способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.3	Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, в частности, интернет-проектов.
		ОПК-4.4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-4.3	учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Имеет представление об основных характе-ристиках целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4.4	Способен выстроить механизм управления медиапроектами с учетом запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.	В полной мере способен выстроить механизм управления медиапроектами с учетом запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-4.3 Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, в частности, интернет-проектов.

РПД, стр.9

1. Продолжите определение: «Достижение высокой общественной репутации фирмы – это…» (Укажите один верный ответ):

1. сейлз-промоушн
2. паблик-рилейшнз
3. директ-маркетинг
4. таргетинг

Ответ: 2

РПД, стр.11

2. Установите соответствие между видами рисков и их примерами:

A. снижение предусматриваемой прибыли

B. несоблюдение контрагентами условий и сроков контрактов и возможные судебные процессы

C. несвоевременная поставка материалов

D. изменение потребительских настроений, усиление конкуренции

1.Финансовые риски
2.Производственные риски
3.Правовые риски
4. Маркетинговые или рыночные риски-

A	B	C	D

Ответ: 1324

РПД, стр. 10

3. Установите в правильной последовательности основные этапы рекламной стратегии

1. разработка концепции рекламы
2. анализ целевой аудитории
3. запуск рекламы
4. анализ и оценка эффективности рекламы

Ответ: 2134

РПД, стр. 11

4. Назовите основные элементы (этапы) управления кадрами в медиакомпании в их последовательности:

Ответ: поиск, подбор, адаптация, управление карьерой, увольнение сотрудников.

ОПК-4.4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

РПД, стр. 11

5. **Укажите, что из ниже перечисленного НЕ является видом организационной структуры управления проектом: (укажите один верный ответ)**

1. функциональная
2. матричная
3. стратеническая
4. проектная

Ответ: 3

РПД, стр. 9

6. Соотнесите методы менеджмента с конкретными инструментами управления

A. устав
B. премия
C. благодарность

1. экономические
2. административно-распорядительные
3. социально-психологические

A	B	C

Ответ: 213

РПД, стр. 10

7. Установите в правильной последовательности элементы модели эффективной коммуникации AIDA

1. действие
2. внимание
3. интерес
4. желание

Ответ: 2 3 4 1

РПД, стр. 11

Задание с развернутым ответом:

8. Назовите 4 основных принципа бюджетирования.

Ответ:

1. Системность. Все подразделения и отделы предприятия должны использовать общие формы и единый подход к составлению бюджета. Так как организация – это система.

2. Достоверность. Чтобы не было расхождений с реальными показателями, все внесённые цифры и показатели должны быть основаны на достоверных фактах и логически обоснованы. Информация должна быть проверена на точность.

3. Полнота информации. Нужно учитывать все поступления и списания, вносить все данные об оплатах, о доходах и расходах. Если не соблюдать этот принцип, будут расхождения в цифрах и баланс не сойдется. Таким образом, вы не узнаете реальное финансовое положение компании.

4. Сбалансированность и бездефицитность. Доходы и расходы компании должны быть в балансе и соответствовать друг другу. Этот принцип предотвращает убытки или дефицит средств, которые могут привести к долгам или даже банкротству.

Критерий оценивания: студент верно указал 4 принципа.