

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА
Институт филологии

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор института филологии
 / Карпачева И.А./

ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация (степень): *бакалавр*

I. ПРОЦЕДУРА И МЕТОДИКА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1.1. Оценочные и методические материалы (ОМ и ММ) представляют собой комплект из общей части и ОМ для оценки сформированности компетенций. Общая часть содержит перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ОМ включают КИМы и иные материалы по дисциплинам и другим разделам УП.

1.1.2. Содержание ОМ соответствует целям ОПОП, профстандартам, с учетом которых разработана ОПОП, видам профессиональной деятельности, утвержденным в ОПОП.

1.1.3. Качество ОМ обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения и подтверждается экспертными заключениями к ОПОП.

1.1.4. ОМ по образовательной программе разработаны с целью установления соответствия уровня подготовки обучающихся результатам освоения ОПОП, а именно, позволяют:

- оценить результаты освоения ОПОП как по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, так и в целом по ОПОП;
- выявить уровень сформированности компетенций, определенных во ФГОС и ОПОП, на каждом этапе формирования компетенций и в результате освоения всей ОПОП.

1.1.5. В ходе освоения образовательной программы формируются следующие компетенции:

Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ информации и применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: - методы поиска информации и работы с ней; - сущность системного подхода;
	Уметь: - анализировать задачу, выделять этапы ее решения, осуществлять действия по решению; - находить различные варианты решения задачи, оценивать их преимущества и риски;

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценивания практических последствий возможных вариантов решения задачи; - навыками грамотного, логичного, аргументированного формулирования собственных суждений и оценок
<p>УК-2</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы проектирования решения конкретной задачи проекта, определения оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение; - качественно решать конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения ожидаемых результатов решения поставленных задач; - навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности;
<p>УК-3</p> <p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; - особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять свою роль в команде; - устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.); - оценивать последствия личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды;
<p>УК-4</p> <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языках</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникативно приемлемые стили делового общения на государственном и иностранном (-ых) языках; - вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках; - вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем,

	<p>социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования информационно коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; - навыками выполнения перевода академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык;
<p>УК-5</p> <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурные особенности и традиции различных социальных групп и способы их изучения; историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп; - этапы исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции; <p>Владеть:</p> <p>навыками уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп;</p>
<p>УК-6</p> <p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свои ресурсы и их пределы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; - критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата <p>Владеть:</p> <p>навыками реализации намеченной цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний и навыков</p>

<p>УК-7</p> <p>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптационные резервы организма, способы укрепления здоровья и достижения должного уровня физической подготовленности;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности;
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сохранения должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдения нормы здорового образа жизни;
<p>УК-8</p> <p>Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания; – алгоритмы действий при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; – правила техники безопасности на рабочем месте;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности, создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – действиями по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте и осуществлению спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.
<p>УК-9</p> <p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный аппарат экономической науки и базовые принципы функционирования экономики; – цели и механизмы основных видов социальной экономической политики.
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели; – использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать, организовать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе;
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правилами общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Уметь создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью
	Владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Владеть навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной	Знать многообразие достижений отечественной и мировой культуры;

и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	Уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	Владеть средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	Владеть основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Уметь осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Владеть профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знать: – принципы работы современных информационных технологий и способы их использования для решения задач профессиональной деятельности
	Уметь: – обоснованно выбирать современные информационные технологии и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
	Владеть: – навыками работы с современными информационными технологиями, способами их использования для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	Уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности
	Владеть профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПКС-1 Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов.
	Уметь: создавать рекламные тексты и тексты по связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; создать основы для сценариев специальных событий и мероприятий в рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.
	Владеть: навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
ПКС-2 Способен реализовывать проекты и владеет методами их реализации; владеет навыками подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний и методы их реализации в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью
	Уметь: организовывать маркетинговые исследования в области СМИ; составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.
	Владеть: навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план,

	креативный бриф, соглашение, договор, контракт); навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью
ПКС-3 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать: основы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; основные маркетинговые инструменты; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта
	Уметь: использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
	Владеть: инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта; навыками оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

1.2. ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

1.2.1. Конечными результатами освоения образовательной программы являются сформированные индикаторы достижения компетенций. Формирование данных индикаторов происходит в течение изучения конкретных дисциплин и их разделов по этапам в соответствии с ходом образовательного процесса, определяемым учебным планом.

1.2.2. При оценивании сформированности компетенций используются следующие оценочные средства:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по разделу или модулю учебной дисциплины. Может использоваться для оценки знаний и умений студентов в ходе текущего контроля по оценочным материалам, представленным в рабочей программе

		дисциплины.
Реферат		Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Может использоваться для оценки знаний и умений студентов в ходе текущего контроля по тематике, представленной в рабочей программе дисциплины.
КИМы (тест)		Система стандартизированных простых и комплексных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний, умений и владений обучающегося. Используется для оценки знаний, умений и владений студентов.
Практические задания		Одна из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения практических умений и навыков, опыта творческой деятельности. Используются для оценки знаний, умений и владений студентов.
Курсовой проект		Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Используется для оценки умений и владений студентов в предметной или межпредметной областях в ходе промежуточной аттестации.
Зачет/зачет оценкой	с	Средство, позволяющее оценить знания, умения и владения обучающегося по учебной дисциплине.
Экзамен		Средство, позволяющее оценить знания, умения и владения обучающегося по учебной дисциплине.

1.2.3. Оценка сформированности компетенций в ходе итоговой аттестации обучающихся осуществляется в форме подготовки и защиты ВКР с использованием следующих оценочных материалов: примерная тематика ВКР.

1.3. КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОЦЕНОЧНЫЕ ШКАЛЫ

1.3.1. Для оценки сформированности компетенций используются дихотомическая и/или 5-ти бальная шкала.

1.3.2. Показателями сформированности компетенций является достижение индикаторов сформированности компетенций.

1.3.3. Уровень сформированности компетенций определяется в соответствии с критериями:

Отметка по оценочной шкале	Уровень сформированности компетенций	Критерии сформированности компетенции по показателям		
		Знать	Уметь	Владеть
Не зачтено	Недостаточный	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
Зачтено	Достаточный	Общие, но, возможно, не структурированные знания	В целом успешное, но, возможно, не систематическое и осуществляемое умение	В целом успешное, но, возможно, не систематическое применение
Неудовлетворительно	Недостаточный	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
Удовлетворительно	Достаточный	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематическое и осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
Хорошо	Средний	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
Отлично	Высокий	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

1.3.4. Критерии и показатели оценивания сформированности компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов освоения образовательной программы.

1.4. МАТРИЦА ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Очно-заочная форма обучения:

Предмет оценивания (Код и наименование компетенции)	Этапы формирования компетенции по триместрам																Учебные дисциплины, практики, ГИА
	уст.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	A	B	C	D	E	F	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ информации и применять системный подход для решения поставленных задач					+												Философия
											+						Логика
													+				Методология исследований процессов
										+							Профессионально-ознакомительная практика
															+		Преддипломная практика
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений							+										Экономика
					+												Правоведение
								+									Основы менеджмента и маркетинга
						+											Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
										+							Профессионально-ознакомительная практика
															+		Преддипломная практика
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				+	+	+	+										Основы теории коммуникаций
											+						Профессиональная этика
							+										Психология рекламы и массовых коммуникаций
										+							Профессионально-ознакомительная практика
															+		Преддипломная практика
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
						+											Противодействие коррупции в профессиональной деятельности
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языках	+	+															Русский язык и культура речи
			+	+	+												Иностранный язык
										+							Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности
										+							Стилистика и литературное редактирование
										+							Профессионально-ознакомительная практика
															+		Профессионально-творческая практика
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-5 Способен воспринимать		+															История (история России, всеобщая история)

межкультурное разнообразие общества в социально историческом, этическом и философском контекстах					+												Философия
									+								Этика и аксиология
													+				История искусств
											+						Религиоведение
											+						Управление коммуникационными процессами в рекламе и связях с общественностью
										+							Профессионально- ознакомительная практика
																+	Преддипломная практика
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	+																Творческое наследие И.А. Бунина в научной и образовательной деятельности Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни		+															Информационные технологии. Основы искусственного интеллекта
					+												Основы медиапланирования
								+									Основы менеджмента и маркетинга
												+	+				Творческие мастерские
										+							Профессионально- ознакомительная практика

														+			Профессионально-творческая практика
															+		Преддипломная практика
										+							Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		+								+							Физическая культура и спорт
										+							Профессионально-ознакомительная практика
																+	Преддипломная практика
										+							Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов		+															Безопасность жизнедеятельности
			+														Первая медицинская помощь
													+				Связи с общественностью в кризисных ситуациях
										+							Профессионально-ознакомительная практика
																+	Преддипломная практика
										+							Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
							+										Стратегии противодействия международному терроризму

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности							+										Экономика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК 10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению					+												Правоведение
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
						+											Противодействие коррупции в профессиональной деятельности
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем									+	+							Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности
										+							Стилистика и литературное редактирование
											+						Имиджелогия: проектные технологии
												+					Брендинг в рекламе и связях с общественностью
	+	+															Введение в профессию
										+							Профессионально-ознакомительная практика
														+			Профессионально-творческая практика
															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных						+	+	+									Технологии связей с общественностью
												+					Брендинг в рекламе и связях с общественностью

институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медiateкстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		+	+														Политология
									+								Профессионально- ознакомительная практика
													+				Профессионально-творческая практика
														+			Преддипломная практика
															+		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				+	+	+	+										Основы теории коммуникаций
			+	+	+	+											Теория и практика массовой информации
									+								Стилистика и литературное редактирование
											+						Культурология
												+					История искусств
										+							Религиоведение
									+								Профессионально- ознакомительная практика
															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной				+	+												Основы медиапланирования
										+							Логика
											+						Социология массовых коммуникаций

деятельности										+							Профессионально-ознакомительная практика
														+			Профессионально-творческая практика
															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования			+	+	+												Интегрированные коммуникации (реклама и связи с общественностью)
								+	+								Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии
								+									Основы менеджмента и маркетинга
		+	+														Социология
										+							Профессионально-ознакомительная практика
														+			Профессионально-творческая практика
															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач				+													Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности
											+						Компьютерный дизайн в рекламе
										+							Профессионально-ознакомительная практика
														+			Профессионально-творческая практика

профессиональной деятельности															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности								+									Этика и аксиология
											+						Профессиональная этика
	+	+															Введение в профессию
									+								Профессионально-ознакомительная практика
														+			Профессионально-творческая практика
															+		Преддипломная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКС-1 Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы				+													СМИ как инструмент PR в организациях социальной сферы
								+									Реклама в конвергентных медиа
											+	+					Творческие мастерские
								+	+								Техника и технология рекламной продукции
														+			Технологии организации креативных кампаний
										+							Основы организации рекламной кампании в цифровой среде
														+			Реклама и PR на радио и телевидении
									+								Реклама и связи с общественностью в сети Интернет

			+	+												Теория и практика рекламы и связей с общественностью в социальной сфере
										+						Управление коммуникационными процессами в рекламе и связях с общественностью
								+	+							Технологии экспертизы рекламных и PR- продуктов
		+														История рекламы и связей с общественностью
						+										Социальная реклама
						+										Социальное проектирование
							+									Методы составления рекламных текстов и сценариев PR-кампаний
							+									Медиа-проекты: кейсы из мировой практики
										+						Социально-проектная практика
															+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКС-2 Способен реализовывать проекты и владеет методами их реализации; владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный											+	+				Творческие мастерские
												+				Методология исследований процессов в рекламе и связях с общественностью
													+			Технологии организации креативных кампаний
											+					Социальный консалтинг в PR
						+										Планирование и реализация кампаний по рекламе и PR в социальной сфере

бриф, соглашение, договор, контракт)						+											Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью
													+				Связи с общественностью в некоммерческих организациях
						+											Социальная реклама
						+											Социальное проектирование
											+						Социально-проектная практика
																+	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКС-3 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью						+											Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
							+										Пресс-служба: организация деятельности
													+				Связи с общественностью в кризисных ситуациях
											+	+					Творческие мастерские
							+										Технологии управления общественным мнением в социальной сфере
							+										Психология рекламы и массовых коммуникаций
								+									Коммуникационные технологии в государственных институтах и структурах
										+							Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты
							+										Методы составления рекламных текстов и сценариев PR-кампаний
							+										Медиа-проекты: кейсы из мировой практики

											+						Социально-проектная практика
																	+ Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

1.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ОПОП

1.5.1. Методические материалы представлены в двух аспектах:

- в содержательном: рекомендации, представленные в учебных и учебно-методических пособиях по образовательной программе, размещенные на сайте вуза: <http://elsu.ru/sveden/education/docs#bak> для бакалавриата
- в организационном: рекомендации по разработке ОМ и оцениванию сформированности компетенций, приведенные ниже.

1.5.2. Оцениваемая компетенция (ее этап) сформирована (сформирован) по контингенту обучающихся, если средняя оценка для контингента обучающихся находится в интервале от 3 до 5; при средней оценке для контингента ниже 3 оцениваемая компетенция (ее этап) не сформирована (не сформирован).

Оцениваемая компетенция (ее этап) сформирована (сформирован) у конкретного обучающегося, если средняя оценка по дисциплинам / практикам, в ходе освоения которых она формируется, находится в интервале от 3 до 5; при средней оценке ниже 3 оцениваемая компетенция (ее этап) не сформирована (не сформирован).

1.5.3. Практические задания применяются следующих типов:

а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;

б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Практические задания предполагают решение конкретных ситуаций, кейсов, творческих заданий и др.

1.5.4. Тестирование является одним из методов оценки качества подготовки обучающихся по образовательным программам и позволяет оценить сформированность предусмотренных ФГОС компетенций (этапа сформированности компетенций) обучающихся. Структура теста может включать задания открытого и закрытого типов.

К заданиям открытого типа относятся два вида – задания-дополнения и задания свободного изложения. Их отличительной особенностью является то, что для их выполнения необходимо записать одно или несколько слов (цифр, букв, словосочетаний, предложений).

Задания закрытого типа предусматривают различные варианты ответа на поставленный вопрос:

- Задания альтернативного выбора: к каждому заданию дается только два варианта ответов. Испытуемый должен выбрать один из них – “да – нет”, “правильно – неправильно” и др.

- Задания множественного выбора – основной вид заданий, применяемый в тестах достижений. Испытуемый должен выбрать один из нескольких предложенных вариантов, среди которых чаще всего только один правильный.

- Задания на восстановление соответствия состоят из двух групп элементов и четкой формулировки критерия выбора соответствия между ними. Соответствие устанавливается по принципу 1:1 (одному элементу первой группы соответствует только один элемент второй группы) или 1:М (одному элементу первой группы соответствует М элементов второй группы). Внутри каждой группы элементы должны быть однородными. Количество элементов во второй группе может превышать количество элементов первой группы. Рекомендуется максимально допустимое количество элементов во второй группе не более 10. Количество элементов в первой группе должно быть не менее двух.

- Задания на восстановление последовательности представляют собой вариант задания на восстановления соответствия, когда одним из рядов является время, расстояние, или иной конструкт, который подразумевается в виде ряда.

1.5.5. Содержание и типы заданий теста должны быть ориентированы на проверку индикаторов «знает», «умеет», «владеет». Содержание заданий должно быть согласовано с содержанием индикаторов компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины.

В структуре теста выделяется 3 части:

- часть А ориентирована на проверку знаний и включает 10 заданий альтернативного или множественного выбора, верное выполнение каждого из которых оценивается в 3 балла;

- часть В ориентирована на проверку умений и включает 10 заданий на восстановление соответствия или последовательности, заданий на дополнение или свободное изложение, верное выполнение каждого из которых оценивается в 4 балла;

- часть С ориентирована на проверку навыков и включает 5 практических заданий, верное выполнение каждого из которых оценивается в 6 баллов.

1.5.6. Принимается следующий перевод полученных по результатам выполнения теста баллов в пятибалльную систему:

Менее 50 баллов – «неудовлетворительно»;

50 - 65 баллов – «удовлетворительно»;

65 - 79 баллов – «хорошо»;

80 – 100 баллов – «отлично».

1.5.7. При оценке реферата учитываются следующие критерии:

- Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) авторская позиция, самостоятельность оценок и суждений.

- Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

- Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы.

- Соблюдение требований к оформлению: а) правильное оформление ссылок на используемую литературу и списка литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка **«отлично»** ставится, если выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка **«хорошо»** ставится, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

1.5.8. Экзамен/зачет с оценкой проводится в устной/письменной/тестовой форме. Отметка соответствует уровню сформированности компетенций и качеству ответа:

- **«отлично»** выставляется, если обучающийся продемонстрировал сформированность всех индикаторов компетенций, предусмотренных программой, в полном объеме: обладает глубокими и прочными знаниями

программного материала; при ответе на оба вопроса билета продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу; продемонстрировал умения интерпретировать знания применительно к практике;

– **«хорошо»** выставляется, если обучающийся продемонстрировал сформированность всех индикаторов компетенций, предусмотренных программой, не в полном объеме: обладает достаточным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; один вопрос билета освещён полностью, а второй доводится до логического завершения после наводящих вопросов преподавателя;

– **«удовлетворительно»** выставляется, если обучающийся продемонстрировал частичную сформированность всех индикаторов компетенций, предусмотренных программой: имеет общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; допустил неточности при формулировках основных понятий; затруднился в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения; оба вопроса билета начаты и при помощи наводящих вопросов преподавателя доведены до конца;

– **«неудовлетворительно»** выставляется, если обучающийся обнаружил несформированность хотя бы одного индикатора компетенций, предусмотренных программой: не знает значительную часть программного материала; допустил существенные ошибки в процессе изложения; не умеет выделить главное и сделать вывод; приводит ошибочные определения; ни один вопрос билета не рассмотрен до конца, даже при помощи наводящих вопросов преподавателя; обнаруживает отсутствие умений иллюстрировать теоретический материал примерами.

1.5.9. Зачет проводится в устной/письменной/тестовой форме. Оценка сдачи зачета производится на основе следующих критериев:

– **«зачтено»** ставится, если обучающийся продемонстрировал сформированность всех индикаторов компетенций, предусмотренных программой: демонстрирует достаточное (целостное) знание дисциплины, т.е. отвечает самостоятельно на оба вопроса билета или самостоятельно отвечает на один из двух вопросов билета, а в другом вопросе билета ориентируется после «наводящих» вопросов преподавателя; отвечает на дополнительные вопросы по темам билета; в случае сомнения – отвечает самостоятельно на дополнительные вопросы по другим темам дисциплины; иллюстрирует теоретические выводы примерами из практики.

– **«не зачтено»** ставится, если обучающийся обнаружил несформированность хотя бы одного индикатора компетенций,

предусмотренных программой: не ответил ни на один вопрос билета (ни самостоятельно, ни с помощью «наводящих» вопросов преподавателя); не знает основных категорий дисциплины; допускает при ответе на вопросы грубые ошибки или неточности.

1.5.10. При оценке **курсового проекта** учитываются следующие показатели: актуальность темы исследования, степень самостоятельности выполнения проекта, новизна выводов и конструктивность предложений, качество используемого материала, уровень грамотности (общий и специальный), а также порядок оформления. Общими критериями оценки качества курсового проекта являются: соответствие содержания курсового проекта дисциплине, по которой он выносится на защиту; научно-практическое значение предложений и выводов курсового проекта; соответствие требованиям, предъявляемым к форме и содержанию; уровень защиты курсового проекта. Использование обучающимся при докладе компьютерного проектора или раздаточного материала может способствовать повышению оценки на защите.

Оценка **«отлично»** выставляется за курсовой проект, если исследование выполнено самостоятельно, содержит элементы новизны; обучающийся демонстрирует компетентность в теоретической области рассматриваемой проблеме, способность анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы; материал излагается грамотно, логично, последовательно; оформление отвечает требованиям написания курсового проекта; во время защиты обучающийся показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.

Оценка **«хорошо»** выставляется за курсовой проект, если исследование выполнено самостоятельно, содержит элементы новизны; обучающийся демонстрирует компетентность в теоретической области рассматриваемой проблеме, однако способность анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения; материал не всегда излагается логично, последовательно; имеются недочеты в оформлении курсового проекта; во время защиты обучающийся показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за курсовой проект, если исследование не содержит элемента новизны, обучающийся не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, способность анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения; материал не всегда излагается логично, последовательно; имеются недочеты в оформлении курсового проекта; во время защиты обучающийся затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за курсовой проект, если он не отвечает требованиям, изложенным в настоящем Положении; в курсовом проекте нет выводов, либо они носят декларативный характер; при защите курсового проекта обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки; оценка «неудовлетворительно» может быть также выставлена обучающемуся, представившему на защиту чужой курсовой проект, написанный и уже защищенный в другом вузе или на другой кафедре.

1.5.11. При оценке **выпускной квалификационной работы**

«Отлично» выставляется, если:

- работа выполнена в соответствии с предъявляемыми к ВКР требованиями;
- выступление студента на защите структурировано, обоснованы выбор и актуальность темы, определен соответствующий методологический аппарат, раскрыто содержание работы, подведены итоги исследования и сделаны выводы;
- ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии логичны, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями авторитетных источников и нормативно-правовых актов, выводами из выпускной квалификационной работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы.

«Хорошо» выставляется, если:

- работа выполнена в соответствии с предъявляемыми к ВКР требованиями, но имели место недочеты в оформлении;
- выступление на защите выпускной квалификационной работы структурировано, допущены: одна-две неточности при раскрытии причин выбора, актуальности темы, в формировании методологического аппарата, в определении хронологических рамок исследования, погрешность в логике вывода одного из положений заключения, устраненная в ходе дополнительных уточняющих вопросов и т.д.;
- в ответах студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии допущено нарушение логики, но в целом раскрыта сущность вопроса, тезисы выступающего подкрепляются выводами из выпускной квалификационной работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы.

«Удовлетворительно» выставляется, если:

- работа выполнена в соответствии с предъявляемыми к ВКР требованиями, но имели место недочеты в оформлении;
- выступление на защите выпускной квалификационной работы структурировано, допущены: неточности при раскрытии причин выбора, актуальности темы, в формировании методологического аппарата, в определении хронологических рамок исследования; грубая ошибка в логике вывода одного из положений заключения и т.д.;

– ответы студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкреплены положениями авторитетных источников, выводами из выпускной квалификационной работы, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы.

«Неудовлетворительно» выставляется, если:

– работа не выполнена в соответствии с предъявляемыми к ВКР требованиями;

– выступление на защите выпускной квалификационной работы не структурировано, допущены грубые ошибки при раскрытии причин выбора, актуальности темы, в формировании методологического аппарата, в определении хронологических рамок исследования, в логике выведения положений заключения и т.д.;

– ответы студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии не раскрывают сущности вопроса, не подкрепляются выводами из выпускной квалификационной работы, показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы.

II. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНАМ / РАЗДЕЛАМ УЧЕБНОГО ПЛАНА

2.1. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения ОПОП разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты и уровни сформированности компетенций.

2.2. Объем ОМ определен в соответствии с УП по образовательной программе.

Блок 1. Дисциплины (модули)

МОДУЛЬ 1 "Мировоззренческий"

Б1.О.01.01 История (история России, всеобщая история)

КИМы

Часть А.

A1. Слово «история» первым употребил и книгу с таким названием написал античный мыслитель:

А. Сократ

Б. Платон

В. Аристотель

Г. Геродот

A2. Что такое история:

- А. мировоззрение
- Б. наука
- В. методология познания
- Г. искусство

А3. Как назывался первый свод законов Древней Руси:

- А. «Правда Ярославичей»
- Б. «Закон Русский»
- В. «Русская Правда»
- Г. Судебник

А4. В царствовании этого монарха прекратилась деятельность Земских соборов:

- А. Михаил Федорович
- Б. Алексей Михайлович
- В. Петр Алексеевич
- Г. Екатерина II

А5. Какое сословие составляло базу «просвещенного абсолютизма» в России:

- А. мещанство
- Б. купечество
- В. чиновничество
- Г. дворянство

А6. Какое название получил суд в борьбе с еретиками:

- А. инквизиция
- Б. трибунал
- В. суд Линча
- Г. суд королей

А7. От имени знаменитого норманна вели свой род князья Древней Руси:

- А. Рюрика
- Б. Романова
- В. Аскольда
- Г. Трувора

А8. Первая мировая война началась:

- А. 28 июня 1914 г.
- Б. 1 сентября 1914 г.
- В. 1 августа 1914 г.
- Г. 11 ноября 1915 г.

А9. В ходе Первой мировой войны впервые был использован новый вид вооружения:

- А. танки
- Б. морской крейсер
- В. таран
- Г. ружьё

А10. Вторая мировая война завершилась:

- А. 1 сентября 1945 г.
- Б. 2 сентября 1945 г.
- В. 9 мая 1945 г.
- Г. 28 ноября 1944 г.

Часть В

В1. Установите соответствие между памятниками культуры и их краткими характеристиками:

Памятник культуры	Краткая характеристика
А. картина «Последний день Помпеи»	1. события до н.э.
Б. Музыка к песни «Моя Москва»	2. Митрополит Иларион
В. «Слово о законе и Благодати»	3. XVII в.
Г. «Синописис» Гизеля	4. Дунаевский И.О.

В2. Установите соответствие между процессами и фактами:

Процессы	Факты
А. Внутренняя политика первых киевских князей	1. установление уроков и погостов
Б. Внутренняя политика Б. Годунова	2. Бесплатная раздача хлеба
В. Реформы Петра I	3. Введение подушной подати
Г. Политика «военного коммунизма»	4. Всеобщая трудовая повинность

В3. Установите соответствие между событиями и участниками этих событий:

Событие	Участник события
А. междоусобная война в Москве XV в.	1. Дмитрий Шемяка
Б. Смоленская война	2. П.С. Нахимов
В. Перестройка в СССР	3. М.Б. Шеин
Г. Крымская война	4. Е.К. Лихачев

Б4. Установите соответствие между памятниками культуры и их краткими характеристиками:

Памятник культуры	Краткая характеристика
А. «Задонщина»	1. данный памятник создан в эпоху Н.С. Хрущева
Б. кинофильм «Летят журавли»	2. данный памятник создан в XVI в.
В. картина «Утро стрелецкой казни»	3. автор – В.И. Суриков
Г. «Повесть о Ерше Ершовиче»	4. данный памятник посвящен событиям XIV в.

Б5. Установите соответствие между событиями и годами:

Событие	Годы
А. начало освоения целинных земель	1. 1382 г.
Б. разгром Москвы Тохтамышем	2. 1598 г.
В. реформа П.Д. Киселева	3. 1837 г.
Г. начало царствования Б. Годунова	4. 1954 г.

Б6. Установите соответствие между процессами и фактами:

Процессы	Факты
А. преодоление последствий Смуты	1. XX съезд КПСС
Б. объединение русских земель вокруг Москвы	2. Смоленская война
В. внешняя политика Екатерины II	3. штурм Измаила
Г. критика культа личности Сталина	4. битва на р. Шелони

Б7. Установите соответствие между событиями и участниками этих событий:

Событие	Участник события
А. освоение Дальнего Востока в XVII в	1. А.Н. Косыгин
Б. подготовка реформ 1860-1870-х гг.	2. Владимир Мономах
В. Любечский съезд князей	3. Н.А. Милютин
Г. экономические реформы в СССР в 1960-е гг.	4. Е.П. Хабаров

Б8. Установите соответствие между событиями и годами:

Событие	Годы
А. издание Указа о единонаследии	1. 1378 г.
Б. Карибский кризис	2. 1662 г.
В. Медный бунт	3. 1714 г.
Г. битва на реке Воже	4. 1962 г.

Б9. Установите соответствие между процессами и фактами:

Процессы	Факты
А. внешняя политика первых русских князей	1. присоединение Астрахани
Б. внешняя политика Ивана IV	2. Полтавская битва
В. Северная война	3. поход Олега на Константинополь
Г. Советско-Финляндская война	4. штурм «Линии Маннергейма»

Б10. Установите соответствие между событиями и участниками этих событий:

Событие	Участник события
А. первое упоминание Москвы в летописи	1. Малюта Скуратов
Б. Oprичнина	2. Юрий Долгорукий
В. внешняя политика Александра I	3. А.А. Аракчеев
Г. «перестройка» в СССР	4. М.С. Горбачев

Часть С.

С1. Приведите три аргумента в подтверждение следующей точки зрения: «В период «оттепели» были нормализованы отношения между СССР и Западом».

С2. Приведите три аргумента в подтверждение следующей точки зрения: «В первые десятилетия после смерти И.В. Сталина внутриполитический курс СССР коренным образом изменился».

С3. Приведите три аргумента в подтверждение следующей точки зрения: «Деятельность Екатерины II, связанную с созывом Уложенной комиссии, следует признать неудачной».

С4. Приведите три аргумента в опровержение следующей точки зрения: «Следствием Смутного времени в России стали существенные изменения в управлении страной».

С5. Приведите три аргумента в опровержение следующей точки зрения: «Павел I правил в интересах крестьян».

Б1.О.01.02 Философия

КИМы

Часть А

А1. Выберите наиболее точное и широкое определение философии:

А. философия – это наука о наиболее общих законах развития природы, общества и человека;

Б. философия – это наука о конкретных законах развития природы;

В. философия – это наука об истории становления философских знаний;

Г. философия – это наука, синтезирующая в себе различные виды знания (научные, религиозные, этические, эстетические и др.).

А2. Онтология – это:

А. учение о человеке;

Б. учение о бытии;

В. учение о познании;

Г. учение об умении логически мыслить.

А3. Гносеология – это:

А. учение о методах познания;

Б. учение о системе ценностей;

В. учение о бытии;

Г. учение об обществе.

А4. Главным методом философского познания является:

А. фантазия;

Б. вера;

В. теоретическое мышление;

Г. чувства и эмоции.

А5. Древнейшая форма общественного сознания, использующая для саморегулирования отношения между людьми:

А. религия;

Б. мифология;

В. политика;

Г. философия.

А6. Натурфилософия – это:

А. философия природы;

Б. философия, в центре которой стоит человек;

В. философия бытия;

Г. философия космоса.

А7. Рационализм – это философский подход, в соответствии с которым единственным источником нового знания являются:

- А. эксперимент;
- Б. чувственное восприятие;
- В. разум;
- Г. общение между людьми.

А8. Эмпиризм – это философский подход, в соответствии с которым единственным источником нового знания является:

- А. эксперимент;
- Б. чувственное восприятие;
- В. разум;
- Г. общение между людьми.

А9. Что является более определяющим для религиозного мировоззрения?

- А. доброта;
- Б. знание;
- В. вера;
- Г. мудрость.

А10. Метод получения новых знаний, основывающийся на изучении общих теоретических положений:

- А. дедукция;
- Б. анализ;
- В. аналогия;
- Г. индукция.

Часть В

В.1. Установите соответствие между высказыванием о первопричине бытия и философом:

первопричина бытия	автор
А. вода	1. Демокрит
Б. апейрон	2. Фалес
В. число	3. Анаксимандр
Г. атомы	4. Пифагор

В.2. Установите соответствие трактовки бытия учению того или иного философа:

трактовка бытия	философ
А. бытие есть, а небытия нет	1. Маркс
Б. бытие вещей состоит в их воспринимаемости	2. Парменид
В. бытие – это абсолютная идея, дух или мировой разум	3. Беркли
Г. бытие материально, к его различным сферам относятся –	4. Гегель

неорганическая и органическая природа, биосфера, общество и т. д.;	
--	--

В-3. Установите принадлежность философа той или иной философской школе:

философская школа	философ
А. объективный идеализм	1. Маркс
Б. субъективный идеализм	2. Фрейд
В. психоанализ	3. Беркли
Г. диалектический материализм	4. Гегель

В-4. Установите соответствие философа и исторической эпохи:

историческая эпоха	философ
А. античность	1. Декарт
Б. средневековье	2. Фома Аквинский
В. новое время	3. Вольтер
Г. просвещение	4. Платон

В-5. Установите соответствие философского направления исторической эпохе:

философское направление	историческая эпоха
А. энциклопедизм	1. античность
Б. гуманизм	2. средневековье
В. схоластика	3. возрождение
Г. атомистика	4. просвещение

В-6. Установите авторство философского метода

метод	автор
А. метод единства и борьбы противоположностей	1. Маркс
Б. метод индукции	2. Гегель
В. метод дедукции	3. Бэкон
Г. метод диалектического материализма	4. Декарт

В-7. Установите авторство

высказывание	философ
А. «В одну и ту же реку нельзя войти дважды»	1. Сократ
Б. «Я знаю лишь то, что ничего не знаю»	2. Аристотель
В. «Платон мне друг, но истина мне дороже»	3. Гераклит
Г. «О богах я не знаю ни того, что они существуют, ни того, что они не существуют»	4. Протагор

В-8. Определите, какой философ использует термины

термины	философ
---------	---------

А. категорический императив	1. Сократ
Б. психоанализ	2. Кант
В. энтелехия	3. Фрейд
Г. майевтика	4. Аристотель

В-9. Определите автора философской концепции

концепция	
А. материальное бытие определяет сознание	1. Демокрит
Б. идеи первичны, а бытие вещей вторично	2. Парменид
В. бытие есть шар, покоящийся в центре мира	3. Маркс
Г. бытие состоит из атомов	4. Платон

В-10. Определите автора высказываний о сущности человека

высказывание	автор
А. человек – это канат, натянутый между животным и сверхчеловеком	1. Аристотель
Б. человек есть совокупность всех общественных отношений	2. Протагор
В. человек есть политическое животное	3. Ницше
Г. человек есть мера всех вещей	4. Маркс

Часть С

С.1. Исходя из диалектических идей Гераклита, объясните следующие его высказывания:

а) «В одну и ту реку мы вступаем и не вступаем. Существоем и не существуем».

б) «Морская вода и чистейшая, и грязнейшая одновременно: рыбам она питьё и спасение, людям же – гибель и отрава»

С.2. Философ Антисфен, критикуя платоновскую теорию идей, как-то сказал ее создателю: «Я видел огромное количество лошадей, Платон, но я никогда не видел идею лошади, о которой ты так настойчиво говоришь». Платон ответил ему: «У тебя, Антисфен, есть глаза, чтобы увидеть каждую конкретную лошадь, но, видимо, у тебя нет разума, с помощью которого ты бы мог усмотреть идею лошади».

Прокомментируйте эти платоновские слова. Каким образом в них выражена основная мысль его учения?

С.3. В одном из сочинений Эпикура есть такое рассуждение: «Когда мы говорим, что удовольствие – это конечная цель, то, что мы разумеем не удовольствия распутников и не удовольствия, заключающиеся в чувственном наслаждении, как думают некоторые, но мы разумеем свободу от телесных страданий и от душевных тревог. Нет, не попойки и кутежи непрерывные, не наслаждения женщинами, не наслаждения всякими яствами, которые доставляет роскошный стол, рождают приятную жизнь, но трезвое

рассуждение, исследующее причины всякого выбора и избегания и изгоняющее лживые мнения, которые производят в душе величайшее смятение».

В чем заключается специфика эпикурейского учения об удовольствиях (необычность эпикурейского понимания удовольствий)?

С.4. Объясните принцип сомнения Рене Декарта: «Я сомневаюсь, следовательно я мыслю, я мыслю, следовательно, существую».

Раскройте философскую позицию автора данного суждения.

С.5. Кому принадлежит высказывание: «Правовые отношения, как и формы государства, не могут быть поняты ни из самих себя, ни из так называемого общего развития человеческого духа, что, наоборот, они коренятся в материальных жизненных отношениях. Анатомию гражданского общества следует искать по политической экономии»

К какому направлению относятся философские взгляды автора?

Б1.О.01.03 Экономика

КИМы

Часть А

А1. Экономические категории представляют собой:

- а. Теоретические выражения, т. е. сформулированные мысли, выражающие суть экономических отношений, явлений и процессов, которые реально существуют
- б. Научно доказанные тезисы
- в. Научные тезисы, которые следует принимать верными без доказательств
- г. Нет верного ответа

А2. Кривая рыночного спроса показывает:

- а. Количество блага, которое потребители желают и могут купить в единицу времени при различных ценах
- б. Какие товары покупатели более склонны покупать в данный момент времени
- в. Как будет снижаться цена блага при снижении реальных доходов населения
- г. Нет верного ответа

А3. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

- а. Снижение цены на второй товар
- б. Рост цены на второй товар
- в. Рост цен на взаимно дополняемые товары
- г. Нет верного ответа

A4. Сдельная оплата труда целесообразна, если:

- а. Выработка напрямую зависит от квалификации и заинтересованности рабочего
- б. Рабочий хочет иметь свободный график
- в. Рабочий выполняет слаботочные работы
- г. Рабочий имеет оклад

A5. Экономические законы отражают:

- а. Необходимые, причинно-обусловленные взаимосвязи и взаимозависимости между экономическими явлениями и процессами
- б. Объективные закономерности функционирования экономики
- в. Общепринятые обществом правила функционирования экономики
- г. Закономерности развития экономической системы

A6. Олигополия сформируется, скорее всего на рынке:

- а. Яблок
- б. Медицинской техники
- в. Детской косметики
- г. Продуктов питания

A7. Складочный капитал формируется при создании:

- а. Открытого акционерного общества
- б. Закрытого акционерного общества
- в. Полного товарищества
- г. Товарищества на вере

A8. Закон предложения «Если цены растут, а прочие условия неизменны» проявляется:

- а. В росте объема предложения
- б. В снижении объема предложения
- в. В росте объема спроса
- г. Формируется равновесие

A9. Эффект дохода имеет место в случае, если:

- а. Доходы людей падают, они покупают меньше данного продукта
- б. Объем покупок некоторых товаров сокращается по мере сокращения доходов людей
- в. Удешевление товаров приводит к тому, что потребитель может купить больше данного товара, не сокращая объема приобретения других товаров
- г. Нет верного ответа

A10. Явные издержки:

- а. Обязательно находят место в расчетах с контрагентами и отражаются в бухгалтерской отчетности
- б. Могут быть дополнительно вменены контрагентами в расчетах с ними
- в. Отражают основные затраты на весь производственный цикл
- г. Нет верного ответа

Часть В

В1 . Установите соответствие между видами конкуренции и их особенностями.

- 1. Индивидуальная конкуренция
- 2. Местная конкуренция
- 3. Отраслевая конкуренция
- 4. Межотраслевая конкуренция
- 5. Национальная конкуренция

Варианты ответа:

- 1 высшая степень лидерства над всем мировым рынком определенных товаров или услуг
- 2 конкурентами являются похожие фирмы, которые производят один и тот же товар
- 3 борьба на всем рынке одной страны
- 4 предприятие может предложить гораздо больше услуг высокого качества по доступной цене, чем внутренние фирмы
- 5 несколько компаний на одной небольшой территории соперничают одна с другой и соперничают за доминирование в отрасли
- 6 предприятие развивается вне зависимости от успехов других компаний
- 7 фирмы соперничают в разных сферах, которые ориентированы на удовлетворение одной потребности человека

В2. Установите соответствие между экономической теорией и ее классификацией факторов производства.

- 1. Марксистская теория
- 2. Маржиналистская теория
- 3. Теория постиндустриального общества
- 4. Классическая теория

Варианты ответа:

- 1 средства производства и рабочая сила
- 2 земля, труд, капитал, информационный фактор, экологический фактор, время
- 3 средства производства, рабочая сила, время
- 4 земля, труд, капитал

- 5 земля, труд, капитал, предпринимательская деятельность, время
- 6 вещественные факторы, личный фактор, экологический фактор
- 7 информационный фактор, природный фактор, личный фактор
- 8 земля, труд, капитал, предпринимательская деятельность

В3. Установите соответствие между видом общественного разделения труда и его содержанием.

- 1. Отраслевое разделение труда
- 2. Территориальное разделение труда
- 3. Общее разделение труда
- 4. Частное разделение труда
- 5. Единичное разделение труда

Варианты ответа:

- 1 пространственное размещение различных видов трудовой деятельности, которое базируется на различиях в природно-климатических условиях, а также на факторах экономического порядка
- 2 обособление отдельных отраслей и производств в рамках крупных родов, сфер общественного производства, выпуск готовых однородных или однотипных продуктов, объединенных технико-технологическим единством
- 3 обособление производства отдельных составных компонентов готовых продуктов, а также выделение отдельных технологических операций
- 4 обособление крупных сфер хозяйственной деятельности, которые отличаются друг от друга формообразованием продукта
- 5 втягивание различных видов трудовой деятельности, связанных между собой или обмен непосредственно трудовой деятельностью или ее результатами (продуктами), в единый общественный процесс труда
- 6 предопределяется характером используемых сырья, технологии, техники, выпускаемого продукта и условиями производства

В4. Рынок продаж товара описывается системой уравнений:

$$Q_d = 5000 - 7P;$$

$$Q_s = 1000 + 13P.$$

Установите соответствие между значением цены и наблюдаемой для данного значения ситуаций на рынке продаж.

- 1. 250
- 2. 160
- 3. 200

Варианты ответа:

- 1 Профицит
- 2 Исходное состояние
- 3 Дефицит
- 4 Максимум прибыли от реализации
- 5 Равновесное состояние
- 6 Минимум прибыли от реализации

В5. Закрытая экономика страны характеризуется следующими данными: ВВП – 10000, валовые инвестиции – 1000, чистые инвестиции – 500, государственные расходы на товары и услуги — 900, косвенные налога на бизнес – 2000. Установите соответствие между показателями и их значениями.

1. Чистый национальный продукт (ЧНП)
2. Национальный доход (НД)
3. Потребительские расходы (С)

Варианты ответа:

- 1 7500
- 2 9000
- 3 8600
- 4 8100
- 5 9500

В6. Дополните определение: «Экстраполяция – это метод принятия управленческих решений, основанный на _____».

1. Приближенном вычислении отсутствующих данных внутри исследуемого интервала.
2. Прогнозировании развития объектов в будущем по тенденциям его поведения в настоящем.
3. Определении показателей энтропии.
4. Расчете величины удельной маржинальной прибыли.

В7. Установите соответствие:

1. Монополия
2. Олигополия
3. Монопосония
4. Олигопсония

1. Ситуация на рынке товаров и услуг, когда имеется только один покупатель и много продавцов.
2. Исключительное право на осуществление какого –либо вида деятельности, предоставляемое только определенному лицу, группе лиц, государству.
3. Господство небольшого количества фирм и компаний в производстве определенных товаров и на рынке этих товаров.
4. Рыночная ситуация, для которой характерно значительное превышение количества продавцов товара над ограниченным числом покупателей

В8. Установите соответствие

1. бюджетное финансирование

2.бюджетный дефицит

3.бюджетный процесс

4.бюджетная система

1.предоставленное в безвозвратном порядке денежное обеспечение, выделение денежных средств из государственного бюджета на расходы, связанные с осуществлением госзаказов, госпрограмм, содержанием государственных организаций.

2.совокупность всех бюджетов государства, распределенная по уровням, а также организация их разработки и принятия.

3.регламентированный законом порядок разработки, рассмотрения, утверждения, исполнения бюджета.

4.превышение расходной части бюджета над доходной.

В9. Установите соответствие.

1.кредитное страхование

2.кредитная система

3.кредитная политика

4.кредитный рейтинг

1.проводимая государством, правительством, банками политика кредитования, включающая: условия и методы предоставления внешних и внутренних кредитов, масштабы кредитования, взимание платы за кредит, предоставление льготных кредитов.

2. оценка платежеспособности заемщика с позиций надежности его обязательств, вероятности возвращения им кредита.

3.совокупность кредитных отношений, форм и методов кредитования, а также система кредитных учреждений

4. особый вид страхования на случай смерти, при котором банк , выдавая кредит, одновременно страхует лиц, получивших ссуду.

В10. Установите соответствие.

1.налоги номинальные

2.налоги пропорциональные

3.налоги прогрессивные

4. налоги регрессивные

1. налоги, ставка которых увеличивается ступенчато при росте величины облагаемого налога

2.налоги, ставка которых уменьшается с ростом величины облагаемого налога

3.величина налогов, которая должна взиматься согласно установленным законами видам налогов и ставок налогообложения

4.налоги с неизменной ставкой, не зависящей от объёма облагаемого налога, величина их прямо пропорциональны величине облагаемого налога

Часть С

С1. При цене билета на футбол 500 руб. на стадион придут 20000 болельщиков. Если цена поднимется до 1000 руб. на стадион придут 17000 болельщиков. Следовательно, при цене билета 700 руб. на стадион придут _____ болельщиков.

С2. Спрос на труд и его предложение выражены формулами: $L_d = 100 - 20W$; $L_s = -60 + 80W$. Уровень вынужденной безработицы при ставке минимальной заработной платы 2 ед. в 1 ч. будет равен _____.

С3. Сотруднику фирмы предстоит деловая поездка в соседний город. До места назначения можно добраться двумя способами – самолетом либо поездом. Стоимость билета: на самолет – 100 у.е., на поезд – 30 у.е. Время нахождения в пути: на самолете – 2 часа, на поезде – 15 часов. Каким видом транспорта отправит руководство фирмы своего сотрудника, если его средняя доходность оценивается в 5 у.е. в час? (Поездка осуществляется в рабочее время, и возможность полноценной работы в пути исключена).

С4. Фирма выпускает товар в условиях совершенной конкуренции и продает его по цене 20 ден. ед. Функция полных издержек фирмы определяется по формуле $ТС = 4Q + Q^2$, Прибыль фирмы будет максимальной при объеме _____ ед.

С5. На участке цеха работают 15 станков; мощность двигателя каждого станка – 2,2 кВт; коэффициент использования мощности – 0,8; цена 1 кВт · ч электроэнергии – 3 р.; станки работают в две смены, прерывная рабочая неделя; плановые простои оборудования в ремонте – 5 % номинального фонда времени.

Определите годовые затраты производства по статье «Электроэнергия на технологические цели».

Б1.О.01.04 Правоведение

Кимы

Часть А

А.1. Функции государства – это:

- а) основные направления внутренней и внешней деятельности государства.
- б) решение экономических, финансовых задач в период мирового кризиса.
- в) подготовка населения страны к отражению угрозы внешней агрессии.
- г) отличительные признаки государства от негосударственных организаций.

А.2. Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является:

- а) глава государства;
- б) многонациональный народ;
- в) правительство;
- г) исполнительная власть.

А.3. Организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам – это:

- а) юридическое лицо;
- б) банк;
- в) ассоциация;
- г) кооператив.

А.4. Сумма налога или сбора, неуплаченная в установленный законодательством о налогах и сборах срок – это:

- а) задаток;
- б) недоимка;
- в) залог;
- г) неустойка.

А.5. Работа по должности в соответствии со штатным расписанием, профессии, специальности с указанием квалификации – это:

- а) место работы;
- б) трудовая функция;
- в) условия работы;
- г) требования к работе.

А.6. Брак признается недействительным:

- а) со дня вынесения решения суда;
- б) со дня вступления решения суда в законную силу;
- в) со дня его заключения;
- г) со дня его расторжения.

А.7. Лицо, привлекаемое к административной ответственности:

- а) не обязано доказывать свою невиновность;
- б) должно явиться в суд для дачи показаний;
- в) должно быть совершеннолетним;
- г) должно быть дееспособным.

А.8. Временем совершения преступления признается время:

- а) получения травмы;
- б) в течение, которого совершалось преступление;
- в) совершения общественно опасного действия (бездействия) независимо от времени наступления последствий;
- г) наступления общественно опасных последствий.

А.9. Уголовный закон, устраняющий преступность деяния, смягчающий наказание или иным образом улучшающий положение лица, совершившего преступление:

- а) не имеет обратную силу;
- б) имеет обратную силу;
- в) применяется в отношении женщин;
- г) применяется только в отношении несовершеннолетних.

А.10. Виновно совершенное общественно опасное деяние – это:

- а) действие;
- б) бездействие;
- в) преступление;
- г) наказание.

В.1. Установите соответствие между видом административного производства и его сущностью

Вид административного производства

Обычное производство (А)

Ускоренное производство (В)

Упрощенное производство (С)

Усложненное производство (D)

Сущность

делу предусмотрено применительно к правонарушениям, совершение которых влечет административный арест, административное приостановление деятельности либо административные наказания за нарушения требований законодательства о выборах и референдумах. Оно характеризуется сокращенными сроками рассмотрения дела, подачи жалобы или принесения протеста на постановление о назначении наказания, рассмотрения жалобы или протеста, а также последующего пересмотра решения (ст. 29.6, 30.2, 30.5, 30.9 КоАП РФ) (1)

осуществляется в случаях, когда предупреждение оформляется, а административный штраф налагается и взимается на месте совершения нарушения без составления протокола (ст. 28.6 КоАП РФ). При этом три стадии (за исключением пересмотра постановления и решения по делу) как бы слиты воедино (2)

имеет место при применении комплекса мер обеспечения производства по делам об административных правонарушениях, при проведении административного расследования (ст. 27.1, 28.7 КоАП РФ), а также при наличии третьей стадии — пересмотра постановления и решения по делу (3)

наиболее часто встречающийся вид производства, содержащий, как правило, три стадии (исключение составляет пересмотр постановления и решения по делу) (4)

В.2. Установите соответствие между видом закона и направлением его действия:

Вид закона

конституция (А)

федеральный конституционный закон (В)

федеральный закон (С)

закон субъекта федерации (D)

Направление действия

акт текущего законодательства (1)

закон законов (2)

издается представительным органом субъекта (3)

связан с конституцией (4)

В.3. Установите соответствие между нормативным актом и временем вступления его в силу:

Нормативный акт

Постановления Правительства (А)

Указы Президента (В)

федеральный закон (С)

Время вступления

10 дней с момента опубликования (1)

с момента подписания (2)

с момента утверждения (3)

В.4. Установите соответствие между избирательной системой и ее характеристикой:

Избирательная система

мажоритарная избирательная система (А)

пропорциональная избирательная система (В)

смешанная избирательная система (С)

Сущность

принцип пропорционального представительства (1)

применение различных систем (2)

принцип большинства (3)

В.5. Установите соответствие между правоотношениями и отраслями права, которые их регулируют: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

Правоотношения

гражданин был принят на работу в должности механика (А)

суд установил опеку над несовершеннолетним (В)

суд признал, что деяние было совершено в состоянии необходимой обороны (С)

гражданину был предоставлен ежегодный отпуск (D)

гражданин был признан виновным и приговорен к лишению свободы (Е)

Отрасли права

трудовое право (1)
семейное право (2)
уголовное право (3)

В.6. Установите соответствие между функцией Конституции РФ и ее содержанием:

Название функции
Правовая (А)
Политическая (В)
Гуманистическая (С)
Учредительная (D)
Мировоззренческая (Е)
Содержание функции
устанавливает определенный порядок в государстве (1)
способствует формированию правового сознания населения (2)
выступает гарантом правовой системы (3)
определяет устройство государственной власти (4)
воплощает общечеловеческие ценности (5)

В.7. Соотнесите форму реорганизации юридического лица и действия, которые при этом выполняются:

Форма реорганизации юридического лица
Слияние (А)
Присоединение (В)
Разделение (С)
Выделение (D)
Преобразование (Е)
Действия

Из состава юридического лица выходит одно или несколько с переходом каждому из них прав и обязанностей (1)

Права и обязанности каждого юридического лица переходят к новому юридическому лицу (2)

Изменяется организационная форма юридического лица без изменения прав и обязанностей (3)

Права и обязанности каждого юридического лица переходят к вновь возникшему юридическому лицу (4)

Права и обязанности каждого юридического лица переходят к присоединенному юридическому лицу (5)

В.8. Соотнесите вид договора и его предмет:

Вид договора
Договор купли-продажи (А)
Договор контрактации (В)
Договор мены (С)
Договор дарения (D)

Договор ренты (Е)
Договор аренды (F)
Договор проката (G)
Договор подряда (H)
Предмет

Производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную им продукцию (1)

Лицо безвозмездно передает или обязуется передать другой стороне вещь в собственность либо имущественное право к себе или к третьему лицу либо освобождает или обязуется освободить ее от имущественной обязанности перед собой или перед третьим лицом (2)

Одна сторона передает другой стороне в собственность имущество, на основании которого другое лицо обязуется в обмен на полученное имущество периодически выплачивать получателю в виде определенной денежной суммы либо предоставления средств на его содержание в иной форме (3)

Одна сторона обязуется выполнить по заданию другой стороны определенную работу и сдать ее результат, а другая сторона обязуется принять результат работы и оплатить его (4)

Каждая из сторон обязуется передать в собственность другой стороны один товар в обмен на другой (5)

Сдача имущества в аренду в качестве постоянной предпринимательской деятельности (6)

Передача имущества за плату во временное владение и пользование или во временное пользование (7)

Одна сторона обязуется передать вещь в собственность другой стороне, которая обязана принять эту вещь и уплатить за него определенную денежную сумму (8)

В.9. Соотнесите размер взыскания алиментов к количеству детей:

Размер платы

25% (или 1/4 дохода плательщика алиментов) (А)

33% (или 1/3 дохода плательщика алиментов) (В)

50% (или 1/2 дохода плательщика алиментов) (С)

Количество детей

2 (1)

3 и более (2)

1 (3)

В.10. Установите соответствие между примерами и видами преступлений: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

Примеры

Убийство (А)

Вымогательство (В)

Похищение человека (С)

Клевета (D)

Мошенничество (E)

Виды преступлений

преступления против свободы, чести и достоинства личности (1)

преступления против собственности (2)

преступления против жизни и здоровья (3)

С.1. Проживающий в России индонезиец Д., имеющий статус лица без гражданства, подал в установленном законом порядке заявление о приеме в гражданство РФ.

Какое решение должно быть принято по данному заявлению, если известно, что индонезиец Д. дееспособен, достиг 18 лет и является законопослушным гражданином?

С.2. Суд при подготовке дела об установлении административного надзора в отношении гражданина Неоднократного обязал орган внутренних дел, которым было подано административное исковое заявление, обеспечить участие в судебном заседании ответчика. В назначенное время гражданин Неоднократный в судебное заседание не явился. Суд, посчитав, что ответчиком не выполнено обязательство о явке, вынес в отношении его определение о приводе, а в отношении органа внутренних дел, не обеспечившего явку ответчика, – определение о наложении штрафа.

Определите, соблюден ли судом порядок применения мер процессуального принуждения.

С.3. Ученик 5-го класса школы № 11 г. Тюмень на период школьных каникул решил устроиться на работу в качестве курьера в редакцию газеты «Вестник Тюмени». Родители не возражали против его трудоустройства. Однако в редакции ему отказали в приёме на вакантную должность.

Правомерны ли такие действия редакции газеты?

С.4. Гражданин П. с женой и 19 - летней дочерью возвращались из поездки на дачу. Стремясь быстрее попасть домой, он проехал перекресток на красный сигнал светофора, при этом по неосторожности сбив пешехода. Здоровью последнего был причинен тяжкий вред. В числе свидетелей преступления была и жена гражданина П., которая отказалась давать показания.

Можно ли привлечь ее к уголовной ответственности за отказ от дачи показаний?

С.5. 10 февраля 2019 года гражданин Ш. заключил с ИП договор возмездного оказания услуг (изготовление и демонтаж окон ПВХа, сумма

договора 75000 руб., оплата была произведена полностью на момент заключения договора). Согласно условиям договора через четыре недели гражданину Ш. должны были произвести установку окон. Однако в указанный срок работа не была выполнена. Гражданин 20 июня 2019 года обратился к ИП с претензией о выполнении указанных в договоре работ, в течение месяца со дня обращения. Работы выполнены не были, в результате ему пришлось обращаться в суд.

Рассчитайте размер неустойки, которая полагается гражданину для обращения в суд.

МОДУЛЬ 2 "Коммуникативный"
Б1.О.02.01 Русский язык и культура речи
КИМы

Часть А

А.1. Укажите, какие из приведенных особенностей не характерны для научного стиля:

- 1) логическая последовательность изложения;
- 2) преимущественное употребление существительных вместо глаголов;
- 3) широкое использование лексики и фразеологии других стилей;
- 4) научная фразеология.

А.2. В официально-деловых текстах обычно употребляются слова:

- 1) эскалация, форум, почин;
- 2) доложить, ответчик, взыскание;
- 3) климат, хроника, журнал;
- 4) амплитуда, локальный, следовать.

А.3. Выберите правильную форму обращения...

- | | |
|---------------|----------------|
| 1. «женщина» | 3. «уважаемая» |
| 2. «сударыня» | |

А.4. По сфере употребления выделяют несколько жанров академической красноречия. Определите, что не относится к академическому красноречию.

- а) лекции вузовская, школьная;
- б) приветственное;
- в) научный доклад;
- г) научный обзор;
- д) научное сообщение;
- е) научно-популярная лекция;
- ж) агитаторское.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) д, ж;

- 2) в,е;
- 3) б,ж;
- 4) а,г.

А.5. Укажите пример с ошибкой в образовании формы слова.

- 1) сорок граммов;
- 2) ляг на кровать;
- 3) три девушки;
- 4) скучаю по вам.

А.6. Грамматическая ошибка допущена в предложении...

- 1. Лаборанту был предоставлен отпуск для сдачи экзаменов.
- 2. Участники игры составили и обменялись шутливыми посланиями.
- 3. Юбиляр был награждён почётной грамотой.
- 4. Туристы поражались высоте небоскреба.

А.7. Вы хотите, чтобы студенческий профком выделил вам льготную путевку в лагерь, тогда вы напишите...

- 1) автобиографию;
- 2) заявление;
- 3) объяснительную записку;
- 4) резюме.

*А.8. К незнакомым людям при деловом общении **НЕ** рекомендуется подходить ближе, чем на...*

- 1) 20-30 см; 2) 40-50 см;
- 3) 1 метр; 4) 70 - 80 см.

А.9. В каком ряду во всех словах ударение падает на второй слог?

- 1) ножны, планер, некролог;
- 2) отгул, озимые, реквием;
- 3) ходатайствовать, шофёр, донельзя;
- 4) туфля, юродивый, безудержный.

А.10. Имеет нулевое окончание в форме родительного падежа множественного числа слово...

- 1) якут; 2) ясли;
- 3) баклажан; 4) англичанин.

Часть В

В.1. Определите, к какому типу лексических единиц относятся выделенные слова:

Кошка и люди

Печка у меня очень плохая. Вся моя семья *завсегда* угорает через нее. А чертов жакт починку производить отказывается. Экономит. Для очередной растраты.

Давеча осматривали мою печку. Вьюшки глядели. Нырjali туда *вовнутрь* головой.

- *Нету*, - говорят.- Жить можно.

- Товарищи, - говорю,- довольно стыдно такие слова произносить: жить можно. Мы *завсегда* угораем через нашу печку. *Давеча* кошка даже угорела. Её тошнило *давеча* у ведра. А вы говорите - жить можно.

Чертов жакт говорит:

- Тогда, - говорит, - устроим сейчас опыт и посмотрим, угорает ли ваша печка. *Ежли* мы сейчас после топки угорим - ваше счастье, переложим.

Ежли не угорим - *извиняемся* за отопление.

Затопили мы печку. Расположились вокруг её.

(М. М. Зощенко)

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) диалектные;
- 2) профессиональные;
- 3) разговорно-просторечные;
- 4) общеупотребительные.

В.2. Определите стиль и тип речи.

Но каким же образом уловить тайну личности поэта в его творениях? Что должно делать для этого при изучении произведений его? Изучить поэта - значит не только ознакомиться, через усиленное и повторяемое чтение, с его произведениями, но и перечувствовать, пережить их. Всякий истинный поэт, на какой бы ступени художественного достоинства ни стоял, а тем более всякий великий поэт никогда и ничего не выдумывает, но облекает в живые краски и формы общечеловеческое. И потому в созданиях поэта люди, восхищающиеся ими, всегда находят что-то давно знакомое им, что-то свое собственное, что они сами чувствовали или только смутно и неопределенно предощущали или о чем мыслили, но чему не могли дать ясного образа, чему не могли найти слова и что, следовательно, только поэт умел выразить. Чем выше поэт, то есть чем общечеловеческое содержание его поэзии, тем проще его создание, так что читатель удивляется, как ему самому не пришло в голову создать что-нибудь подобное, ведь это просто и легко!

(В.Г.Белинский)

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) научный стиль; рассуждение;
- 2) публицистический стиль; рассуждение;
- 3) художественный стиль; повествование;
- 4) разговорный стиль; повествование.

В.3. Установите соответствие между группами языковых формул официальных документов и их единицами.

1. Языковые формулы, выражающие мотивы создания документа.
2. Языковые формулы, выражающие цель создания документа.
3. Языковые формулы, выражающие напоминание, предупреждение.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- А. Во исполнение постановления Ученого совета университета...
- Б. Организация сохраняет за собой право в одностороннем порядке приостановить действие договора о ...
- В. Гарантируем, что ...
- С. В подтверждение нашей договоренности ...

*В.4. Речевой этикет приветствий предусматривает характер поведения, то есть очередность приветствия. Определите, в каком случае **нарушена** эта норма этикета. Первыми приветствуют:*

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) член делегации - ее руководителя;
- 2) женщина – мужчину;
- 3) младшие по возрасту – старших;
- 4) младший по должности – старшего.

В.5. К деловым бумагам личного характера относятся...

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) объяснительная записка; 2) заявление;
- 3) благодарность; 4) ответ на запрос.

В.6. Расположите предложения так, чтобы получился текст. Определите тип связи предложений.

А. Произошло это название от старорусского слова «здо», обозначавшего особую глину, из которой делали кирпич.

Б. Зодчими когда-то называли на Руси каменных дел мастеров, то есть строителей-каменщиков.

В. Слово «зодчий» сейчас известно далеко не каждому, для кого русский язык родной.

Г. Слово «здо» давно вышло из употребления, а «зодчий», хотя и считается устаревшим, осталось в употреблении: зодчими мы называем архитекторов прошлых веков.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) В, Б, А, Г, последовательная;
- 2) Г, А, Б, В, параллельная;
- 3) В, Г, А, Б, параллельная;
- 4) Б, Г, В, А, последовательная.

В.7. Укажите фигуру речи, которой соответствует определение:

-стилистическая фигура, служащая для усиления выразительности речи путем резкого противопоставления понятий, мыслей, образов.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) градация;
- 2) антитеза;
- 3) эллипсис;
- 4) анафора.

В.8. Условия, в которых происходит речевое общение, - это речевая (-ое)...

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- 1) ситуация;
- 2) деятельность;
- 3) взаимодействие;
- 4) событие.

В.9. Определите род в слове часы-браслет _____

В.10. Установите соответствие иноязычного заимствованного слова и его толкования:

- | | |
|--------------|---|
| 1) дифирамб | а) глубокое уважение, почтительное отношение к кому-чему-л. |
| 2) брифинг | б) неравный брак |
| 3) мезальянс | в) встреча официальных лиц с журналистами |
| 4) пиетет | г) неумеренная восторженная похвала |

Часть С

С.1. В каких словах по норме современного русского литературного языка сохраняется старомосковское произношение [шн]? Перечислите их.

С.2. Какие существительные относятся к понятию «родовые варианты»? Назовите стилистически равноправные варианты и варианты, отличающиеся стилистической окраской.

С.3. Какова функционально-стилевая классификация СРЛЯ? Назовите функциональные стили и функциональные разновидности языка.

С.4. Основные постулаты вежливости, перечислите их и дайте краткую характеристику

С.5. Назовите ораторские приемы поддержания внимания у слушателей

Б1.О.02.02 Иностранный язык

КИМы

Часть А

Часть А.

Английский язык

Part A

Choose the right variant. In each statement only one of the four answers is correct.

1. I ... you in the park yesterday
 - a) was seeing
 - b) saw
 - c) see
2. He usually (go) to work on foot, but now he (go) by bus.
 - a) is going/goes
 - b) goes/goes
 - c) goes/is going
3. I shall not go out now as it (rain) and I (have not) got an umbrella.
 - a) is raining/have not
 - b) rains/have not
 - c) will rain/having not
4. Tom can't read a newspaper because his mother (read) it.
 - a) reads
 - b) reading
 - c) is reading
5. The pupils (listen) to the teacher very attentively at the moment.
 - a) listening
 - b) are listening
 - c) listen
6. You (hear) the noise? The wind (blow) very strongly.
 - a) Do you hear/ is blowing
 - b) Are you hearing/is blowing
 - c) Do you hear/blows
7. Have you seen his books anywhere? We (look) for them but we (not, see) them.
 - a) look for/ don't see
 - b) are looking for/ don't see
 - c) look for/ are not seeing
8. Tom (have) a dinner now. You may talk to him.
 - a) has
 - b) have
 - c) is having
9. While he (sleep), I (cook) dinner.
 - a) is sleeps/am cook
 - b) sleeps/cook
 - c) is sleeping/am cooking
10. Yesterday you (come) home, when I (do) my homework.
 - a) came / was doing
 - b) comes / am doing
 - c) were coming / was doing

Part B

Read the text and write down which of these statements True (T), False (F), Not Stated (NS)

Cambridge University is the second-oldest university in the English-speaking world (after the University of Oxford) and the seventh-oldest in the world.

The story of Cambridge University begins in 1209 when several hundred students arrived in the little town of Cambridge after having walked 60 miles from Oxford. These students were all churchmen and had been studying in Oxford at that city's well-known schools. It was a hard life at Oxford for there was constant trouble, even fighting, between the citizens of the town and the students. Then one day a student accidentally killed a man of the town. The Mayor arrested three other students who were innocent and they were put to death. In protest, many students left Oxford, some of them went to Cambridge. And so the new University began.

It was Cambridge University. Of course, there were no Colleges in those early days and student life was very different from what it is now. Students were of all ages and came from anywhere and everywhere. Life in University was strict. Students were forbidden to play games, to sing (except sacred music), to hunt or fish or even to dance. Books were very rare and all the lessons were in the Latin language which students were supposed to speak even among themselves.

In 1440, King Henry VI founded King's College, and other colleges followed.

Nowadays there are more than 30 different colleges, including five for women students and several mixed colleges, in the University. The number of students in colleges is different: from 30 to 400 or 500.

The training course lasts 4 years. The academic year is divided into 3 terms. The students study natural and technical sciences, law, history, languages, geography, medicine, economics, agriculture, music and many other subjects. After 3 years of study a student may proceed to a Bachelor's degree, and later to the degrees of Master and Doctor.

There are many ancient traditions that are still observed at Cambridge. Students are required to wear gowns at lectures, in the University library, in the street in the evening, for dinners in the colleges and for official visits. One more tradition is to use Latin during public ceremonies of awarding degrees.

All the students must pay for their education, examinations, books, laboratories, university hostel, the use of libraries. The cost is high. It depends on college and university speciality. Very few students get grants.

Many great men studied at Cambridge, for example, Bacon (the philosopher), Milton and Byron (the poets), Cromwell (the soldier), Newton (the outstanding physicist), Darwin (who is famous for his theory of evolution) and Kapitsa (the famous Russian physicist).

1. Cambridge University was started by the students of Oxford University.
2. In early days of Cambridge University the students were taught in English.

3. The first students of Cambridge University got only religious education.
4. There are several female colleges in Cambridge University.
5. The training course lasts less 4 years.
6. The students of the University study Oriental languages.
7. The students wear uniform in the University.
8. The education at Cambridge University is free.
9. A lot of students get grants.
10. There are famous scientists among the graduates of Cambridge University.

Part C

1. Задайте вопросы к выделенным словам:

1. He was not afraid of the *dangerous life* of fisherman.
2. *My friend* lives in the hostel.
3. The rain had begun *before we arrived home*.

2. Дайте полный ответ на поставленный вопрос.

1. Where do you study?
2. What is London?
3. What season do the days become shorter and the nights become longer?

3. Переведите предложения на русский язык.

1. What journal will your article be published?
2. I was phoning you the whole evening yesterday but couldn't phone you.
3. I want you to look after younger brother.

4. Переведите предложения на английский язык.

1. Не опаздывайте.
2. Я собираюсь перевести эту статью, хотя у меня нет словаря.
3. Он тратит полчаса в день на английский язык.

5. Ответьте на вопросы (краткий ответ)

1. What word do we use before the surname of the man when we address him?
2. What words do we use when we address a man and we don't know his name?
3. What words do we use before the surname of the married woman when we address her?

Немецкий язык

Часть А

A1. Выберите слово с безударным префиксом:

- a) ankommen
- b) besuchen
- c) ablegen
- d) nacherzählen

A2. Для какого предложения характерен мелодический тип с понижением тона?

- a) Steht das Auto dort?

- b) Wann fährt der Zug ab?
- c) Ist es warm draußen?
- d) Schneit es?

A3. Выберите предложение с правильным порядком слов.

- a) Seit einem Monat er die deutsche Sprache lernt.
- b) Die deutsche Sprache seit einem Monat er lernt.
- c) Er lernt die deutsche Sprache seit einem Monat.
- d) Seit einem Monat er lernt die deutsche Sprache.

A4. du Krimis gern?

- a) lest
- b) lese
- c) liest
- d) leset

A5. Der Dozent gibt ... eine Aufgabe.

- a) dem Student
- b) des Studentes
- c) den Student
- d) dem Studenten

A6. Monika besucht uns ... September.

- a) an
- b) auf
- c) für
- d) im

A7. Er wohnt nicht weit von der Busstation, ... steht er um 8 Uhr morgens auf.

- a) denn
- b) aber
- c) oder
- d) darum

A8. Ich freue mich sehr, dass ...

- a) Frau Heim für Malerei interessiert sich.
- b) sich Frau Heim für Malerei interessiert.
- c) Frau Heim sich für Malerei interessiert.
- a) interessiert sich Frau Heim für Malerei.

A9. Was ist die beliebteste Sportart in Deutschland?

- a) Fußball
- b) Eishockey
- c) Tennis
- d) Basketball

A10. Как правильно обратиться к своему немецкому коллеге Дитеру Мюллеру, с которым Вы пока лично не знакомы?

- a) Herr Dieter!
- b) Herr Müller!
- c) Müller!
- d) Herr!

Часть В

B1. Соедините части предложений.

- 1) Er bildet ...
- 2) Zu Hause und im Lesesaal bereiten ...
- 3) Wenn man den richtigen Beruf gewählt hat ... ,
- 4) In diesem Monat leisten
- a) ... sich die Studenten auf Seminare und Übungen vor.
- b) ... kann man viel Erfolg in der beruflichen Tätigkeit haben.
- c) ... sich in seinem Beruf weiter.
- d) ... alle das Berufspraktikum ab.

B2. Дополните одну из 3-х основных форм глагола.

- 1) sprechen – sprach – ...
- 2) helfen – ... – geholfen
- 3) ... – war – gewesen
- 4) kommen – ... – gekommen

B3. Восстановите порядок слов в предложении.

Zu Hause / und / bereiten / auf Seminare / wir / vor / uns / im Lesesaal

B4. Соедините прилагательное с соответствующим

существительным.

- 1) langweiliger
- 2) klassischen
- 3) altes
- 4) interessante
- a) ... Märchen
- b) das ... Buch
- c) die ... Universitäten
- d) ein ... Unterricht

B5. Найдите синонимы.

- 1) begreifen
- 2) nass
- 3) häufig
- 4) bereit
- a) fertig
- b) feucht
- c) oft
- d) verstehen

B6. Найдите антонимы.

- 1) Winter
- 2) Kälte
- 3) Hitze
- 4) Ärger
- a) Wärme
- b) Frost
- c) Freude

d) Sommer

B7. Дополните предложение подходящим по смыслу глаголом в соответствующей грамматической форме.

Sie ... als Erzieherin in einem Kindergarten.

B8. Дополните предложение подходящим по смыслу глаголом в соответствующей грамматической форме.

Ein kluger Student ... auch an der wissenschaftlicher Arbeit

B9. Переведите слова, заключенные в скобки.

Während des Studiums in Zürich wurde Johann Heinrich Pestalozzi mit (идеями просвещения) bekannt.

B10. Переведите слова, заключенные в скобки.

(Элементарное образование) der Kinder sollte schon vor der Schule in der Familie beginnen.

Часть C

C1. Задайте вопросы к выделенным группам слов, употребляя, где это возможно, местоимённые наречия.

1) Sie unterrichtet Kinder **im Klavierspiel**.

2) Ich fahre in die Hochschule **mit dem Bus**.

3) Wir denken immer **an dich**.

C2. Ответьте на вопросы полными предложениями.

1) Wie alt sind Sie?

2) Wo studieren Sie?

3) Was werden Sie von Beruf?

C3. Ответьте на вопросы полными предложениями, используя слова, данные в скобках.

1) Wann besuchen Sie Ihren Freund? (после занятий)

2) Warum sind Sie vor der Prüfung so nervös? (мне страшно)

3) Was machen Sie am Sonntag? (занимаюсь спортом)

C4. В письме одновременно использованы формы **Sie** и **du**. Напишите исправленную версию с обращением только на «**Вы**».

Ich möchte mich bei Ihnen ganz herzlich für dein nettes Geschenk bedanken, dass Sie mir gestern an meinen Arbeitsplatz geschickt hast. Die Überraschung ist Ihnen wirklich gelungen, und du haben meinen Geschmack gut getroffen. Man kann erkennen, wie sorgfältig du ausgewählt haben und dass Sie sich viele Gedanken gemacht hast, wie du mir eine Freude machen können.

C5. В некоторых словах в письме пропущены буквы. Восстановите текст.

Sehr ge___ Frau Schmidt!

Ich kann lei___ nicht zu dem Termin kommen. Ich habe vor, meine Schwester im Krankenhaus zu besuchen. Sie ist krank und am Montag wurde sie operiert. Vielleicht könnten wir uns an einem anderen Tag treffen? Ich wäre Ihnen sehr d___bar.

Es tut mir l___ und ich bitte Sie um Entschuldigung.

Mit freund____ Gr____
Sabine

Французский язык

Partie A

Choisir la bonne réponse.

1. (Présent) Qu'est – ce que vous... ce week – end?
a) font, b) faites, c) faisez, d) faites
 2. Mes amis et moi, nous aimons la lecture et nous ... les romans d'aventures.
a) choisir, b) choisis, c) choisissons, d) choisissez
 3. (Futur) Vendredi, il (être) à la campagne.
a) serai, b) etra, c) sera, d) serant
 4. (Futur immédiat) Un moment, je... la lampe.
a) vais allumer, b) va allumer,
c) aller allume, d) aller allumer
 5. (Passé immédiat) Je... votre frère.
a) viens rencontrer, b) vait rencontrer,
c) vait de rencontrer, d) viens de rencontrer
 6. (Imparfait) Chaque matin, Christine ... du café.
a) prenais, b) prenait, c) prenait, d) prenaient
 7. (Passé composé) Les enfants ont pris leur petit déjeuner et ils... dans la cour.
a) sont descendu, b) ont descendu,
c) ont descendus, d) sont descendus
 8. (Plus – que – parfait) Nous avons apporté des journaux que nous ... à la bibliothèque.
a) avions pris, b) avons pris, c) étions pris, d) pris
- Употребите правильную форму прилагательного.
9. . . . jeune fille fait ses etudes à l'Université.
a) cet, b) cette, c) ce, d) ces
 10. J'appelle ... sœur au telephone.
a) ton, b) mes, c) leur, d) ma

Partie B

1. Faire une proposition.

- a) Jimmy, ne, comprend, pas, bien.
- b) Bien, pas, Jimmy, comprend, ne.
- c) Jimmy, ne, bien, comprend, pas.
- d) Jimmy, ne, comprend, bien, pas

Faire correspondre les phrases.

2. Elle a dit: "On visitera la grotte demain. "	a) Il a répondu qu'il était rentré la veille.
3. Il a répondu: "Je suis rentré hier."	b) Elle a dit qu'on visiterait la grotte lendemain.
4. Alain m'a demandé: "Qu'est-ce que tu fais aujourd'hui?"	c) Elle m'a dit qu'elle m'appellerait le vendredi suivant.
5. Elle m'a dit: "Je t'appellerai vendredi prochain."	d) Alain m'a demandé ce que je faisais ce jour-là.
6. Christian m'a demandé: "Est-ce que tu sors ce soir?"	e) Christian m'a demandé si je sortais ce soir-là.

Finir des phrases.

7. Une sale n'est pas ...	a) heureuse
8. Une fille est ...	b) malheureux
9. Ce jeune homme est	c) jeune
10. Marie est	d) claire

Partie C

Traduire la deuxième partie de la phrase en français en utilisant le conditionnel présent.

- 1. Si l'eau était moins froide, я бы искупался (je me (baigner)).
- 2. Почтальон разнёс бы почту (Le facteur (distribuer) le courrier) s'il ne neigeait pas autant.
- 3. Si vous aviez mal à la dent, что бы Вы сделали (que (faire)-vous) ?
- 4. Si vous étiez libre ce soir, куда бы Вы пошли (où (aller)-vous) ?
- 5. Что бы произошло (Qu'est-ce qui (se passer)) si je ne savais pas lire ?

Б1.О.02.03 Информационные технологии. Основы искусственного интеллекта

КИМы

Часть А.

A1. Выберите верное утверждение:

1. информация – содержание знаний, сообщение – форма представления информации в виде речи, звуков, жестов, цифровых данных и т.д.;
2. информация – теоретический факт, сообщение – практический результат;
3. сообщение – данные о способе хранения информации;
4. Информация – это сведения уже известные ранее.

А2. В каком случае сообщение содержит информацию для человека?

1. если сведения на русском языке;
2. если сведения новые для человека;
3. если сведения являются новыми и понятными;
4. если они уже известны ранее.

А3. Под информационными технологиями понимают:

1. совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных (первичной информации) для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления (информационного продукта);
2. процессы переработки разрозненных исходных данных в надежную и оперативную информацию;
3. совокупность средств и методов обработки, изготовления, изменения состояния, свойств, формы сырья или материала;
4. процессы сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации.

А4. Под информационной системой понимают:

1. систему, в которой постоянно хранится информация;
2. систему, которая может изменять свои параметры в зависимости от состояния внешней среды;
3. человеко-компьютерная система для поддержки принятия решений и производства информационных продуктов, использующих компьютерную информационную технологию;
4. систему автоматизации проектирования.

А5. Изобретение микропроцессорной технологии и появление персонального компьютера привели к новой _____ революции.

1. культурной;
2. общественной;
3. технической;
4. информационной.

А6. В состав персонального компьютера входит?

1. Сканер, принтер, монитор;
2. Видеокарта, системная шина, устройство бесперебойного питания;
3. Монитор, системный блок, клавиатура, мышь;
4. Винчестер, мышь, монитор, клавиатура;

A7. Что означает, если отдельные слова в документе Word подчеркнуты красной волнистой линией?

1. это означает, что шрифтовое оформление этих слов отличается от принятых в документе;
2. это означает, что эти слова занесены в буфер обмена и могут использоваться при наборе текста;
3. это означает, что в этих словах необходимо изменить регистр их написания;
4. это означает, что по мнению Word в этих словах допущены ошибки.

A8. Как сделать так, что компьютер самостоятельно создал оглавление (содержание) в документе Microsoft Word?

1. разметка страницы → оглавление и указатели;
2. ссылки → оглавление;
3. главная → оглавление;
4. вид → оглавление и указатели.

A9. Что такое табличный процессор Excel, его назначение?

1. Excel – это приложение MS Windows, которое позволяет редактировать текст, рисовать различные картинки и выполнять расчеты;
2. Excel – это программа, предназначенная для работы с электронными таблицами, которая позволяет хранить, организовывать и анализировать информацию;
3. Excel – программное средство, предназначенное для редактирования данных наблюдений;
4. Процессор, устанавливаемый в компьютере и предназначенный для обработки данных, представленных в виде таблицы.

A10. Назовите одну из простейших систем управления реляционными базами данных, которая входит в пакет Microsoft Office?

1. Microsoft Access;
2. Microsoft Word;
3. Microsoft Excel;
4. Microsoft Power Point;

Часть В.

B1. Установите соответствие между программой и логотипом:

1. Microsoft Excel



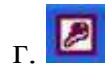
2. Microsoft PowerPoint



3. Microsoft Word







4. Microsoft Access



В2. Установите соответствие между границами таблицы Microsoft Word и логотипами:

1. включение внешних границ таблицы
2. включение всех границ таблицы
3. включение левой границы таблицы
4. включение верхней границы таблицы

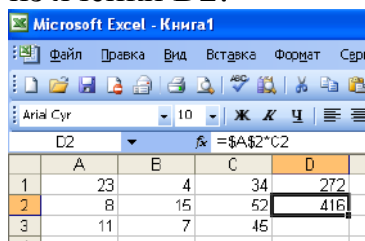
- а. 
- б. 
- в. 
- г. 

В3. Установите соответствие между действиями над рабочей книгой Microsoft Excel и логотипами:

1. закрыть рабочую книгу Microsoft Excel
2. создать новую рабочую книгу Microsoft Excel
3. открыть рабочую книгу Microsoft Excel
4. сохранить рабочую книгу Microsoft Excel

- а. 
- б. 
- в. 
- г. 

В4. Какая формула будет получена при копировании в ячейку D3, формулы из ячейки D2:



	A	B	C	D
1	23	4	34	272
2	8	15	52	416
3	11	7	45	

1. $=A2*C2$;
2. $=\$A\$2*C3$;
3. $=\$A\$2*\$C\3 ;
4. $=A2*C3$.

В5. Что означает запись $=СУММ(B2:B4)$ в строке формул в электронных таблицах?

1. вычисляется сумма ячеек B2 и B4;
2. вычисляется сумма ячеек B2, B3 и B4;
3. вычисляется частное от деления ячеек B2 и B4;
4. вычисляется сумма ячеек B3 и B4.

В6. При вводе в ячейку табличного процессора ошибки допущены в формуле?

1. =A1+\$B\$2;
2. =18/3;
3. A1+B2;
4. =2^2.

В7. Какая из ссылок в Microsoft Excel является абсолютной?

1. C22;
2. R1C2;
3. \$A\$5;
4. #A#5.

В8. Какой кнопкой или их сочетанием прекратить показ слайдов и вернуться в режим редактирования в программе Microsoft PowerPoint?

1. Tab;
2. Alt + Shift;
3. Enter;
4. Esc.

В9. Выберите вариант, в котором объемы памяти расположены в порядке возрастания.

1. 1 бит, 20 бит, 2 байта, 1 Кбайт, 1010 байт;
2. 10 бит, 2 байта, 20 бит, 1 Кбайт, 1010 байт;
3. 10 бит, 2 байта, 20 бит, 1010 байт, 1 Кбайт;
4. 10 бит, 20 бит, 2 байта, 1010 байт, 1 Кбайт.

В10. В каком списке перечислены равные объемы информации:

1. 0.25 Килобайт, 256 байт, 2048 бит;
2. 0.01 Килобайт, 32 байт, 512 бит;
3. 0.1 Мегабайт, 100 Килобайт, 256 бит;
4. 1.5 Килобайт , 256 бит, 128 байт.

Часть С.

С1. Как будет выглядеть условие на значения в Конструкторе запросов для запроса-выборки, позволяющего отфильтровать сотрудников, принятых на работу после 1 января 2004 года по полю, Дата приема, если данные заданы в кратком формате даты в Microsoft Access:

1. <1 января 2004 года;
2. 01.01.2004;
3. >1 января 2004 года;
4. >01.01.2004.

С2. Необходимо создать запрос-выборку в Microsoft Access на получение информации из таблицы Сотрудники (Ф.И.О., должность, дату приема) о сотрудниках, принятых на работу до 2002 года. В полученном списке фамилии должны быть расположены по алфавиту. Для этого в Конструкторе запросов нужно назначить поля Фамилия, Имя Отчество, Должность, Дата приема таблицы Сотрудники. По полю:

1. Фамилия в строке Сортировка установить: по возрастанию. По полю Дата приема в строке Условие запроса формы запроса ввести следующее выражение: «до 2002 года»;
2. Дата приема в строке Условие запроса формы запроса ввести следующее выражение: «< 2002 года»;
3. Фамилия в строке Сортировка установить: по возрастанию. По полю Дата приема в строке Условие запроса формы запроса ввести следующее выражение: <01.01.2002;
4. Фамилия в строке Сортировка установить: по возрастанию. По полю Дата приема в строке Условие запроса формы запроса ввести следующее выражение: >01.01.2002.

С3. Информационный объем одного сообщения составляет 0,5 Кбайт, а другого – 500 байтов. На сколько байтов информационный объем первого сообщения больше второго сообщения?

1. на 12 байтов;
2. на 36 байта;
3. на 8 байтов;
4. на 120 байтов.

С4. Информационное сообщение объемом 450 битов состоит из 150 символов. Какой информационный вес каждого символа этого сообщения?

1. 6 битов;
2. 12 битов;
3. 3 бита;
4. 18 битов.

С5. Некоторый алфавит содержит 128 символов. Сообщение состоит из 10 символов. Определите информационный объем сообщения.

1. 1280 битов;
2. 70 битов;
3. 1280 байтов;
4. 70 байтов.

А1. Безопасность жизнедеятельности:

1. область научных знаний, изучающая опасности и способы защиты от них человека в любых условиях его обитания
2. состояние деятельности, при котором с определенной вероятностью исключено проявление опасностей, или отсутствие чрезмерной опасности
3. процесс распознавания образа опасности, установления возможных причин, пространственных и временных координат, вероятности проявления, величины и последствий опасности
4. совокупность факторов среды обитания, воздействующих на человека

А2. Факторы, которые приводят в определенных условиях к травматическим повреждениям или внезапным и резким нарушениям здоровья называют:

1. критическими;
2. потенциальными;
3. опасными;
4. вредным.

А3 К химически опасным и вредным факторам относятся:

1. вредные вещества используемые в технологических процессах; промышленные яды, используемые в сельском хозяйстве и в быту ядохимикаты
2. лекарственные средства, применяемые не по назначению
3. боевые отравляющие вещества
4. все перечисленное

А4 Факторы, обусловленные особенностями характера и организации труда, параметров рабочего места и оборудования:

1. производственные факторы
2. психофизиологические производственные факторы
3. физически опасные и вредные факторы
4. химически опасные и вредные факторы

А5 В зависимости от нормируемого фактора окружающей среды различают:

1. ориентировочные безопасные уровни воздействия (ОБУВ)
2. предельно допустимые выбросы (ПДВ)
3. предельно допустимые сбросы (ПДС)
4. все перечисленные

А6 Нейтрофилы, эозинофилы и базофилы относятся к

- 1) гранулоцитам
- 2) агранулоцитам

А7 Структурной единицей кости является

- 1) остеон
- 2) остеокит

3) остеокласт

А8 Когда следует начинать сердечно-легочную реанимацию пострадавшего?

1. при наличии болей в области сердца и затрудненного дыхания
2. при потере пострадавшим сознания, независимо от наличия пульса на сонной артерии, и признаков дыхания
3. при потере пострадавшим сознания и отсутствии пульса на сонной артерии, а также признаков дыхания
4. при потере пострадавшим сознания но при наличии пульса на сонной артерии, а также признаков дыхания

А9 В каком порядке проводятся мероприятия первой помощи при ранении?

1. остановка кровотечения, наложение повязки
2. обеззараживание раны, наложение повязки, остановка кровотечения
3. остановка кровотечения, обеззараживание раны, наложение повязки
4. обеззараживание раны, наложение повязки

А10 Основным принципом в оказании медицинской помощи в очаге чрезвычайной ситуации является

1. преемственность
2. непрерывность
3. своевременность и полнота первой медицинской помощи
4. последовательность

Часть В.

В1 Опишите последовательность этапов первой помощи при проникающем ранении грудной клетки

1. наложить герметичную повязку
2. транспортировать в сидячем положении
3. прижать ладонь к ране закрывая доступ воздуха

В2 Действия в случае длительного сдавливания конечностей

1. наложить жгут
2. освободить конечность от сдавления
3. выполнить тугое бинтованные конечности

В3 Действия в случае отравления ядовитыми газами

1. вызвать скорую помощь
2. в случае отсутствия сознания и пульса на сонной артерии приступить к комплексу реанимации
3. вынести на свежий воздух
4. в случае потери сознания более 4 минут - повернуть на живот и приложить холод к голове

В4 Стадия действия остаточных и вторичных поражающих факторов называется стадией _____ чрезвычайной ситуации (ЧС).

В5 Соединение костей, в котором между костями после рождения остается соединительная ткань. называется _____

В6 Средство индивидуальной защиты, предназначенное для оказания самопомощи и взаимопомощи при ранениях и ожогах, для предупреждения или ослабления поражения радиоактивными, отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний, называется _____ индивидуальной.

В7 К действиям человека, оказавшегося в зоне степного пожара, относится ...

1. попытка покинуть место пожара перпендикулярно направлению ветра;
2. ожидание помощи;
3. попытка покинуть место пожара и дышать через мокрый платок (шарф);
4. попытка обойти зону пожара, если её обойти невозможно, то преодолеть границу огня против направления ветра.

В8 Опишите алгоритм действий при разливе в помещении ртути:

1. наложить карантин на 7 дней;
2. максимально собрать ртуть в банку с водой;
3. вывести лишних людей из помещения;
4. сообщить в центр демеркуризации;
5. надеть средства защиты органов дыхания.

В9 Во внутриутробном периоде различают _____ фазу (первые 8 недель), когда происходит начальное развитие зародыша и закладка органов, и _____ фазу (3-9 месяцев), в течение которой идет дальнейшее развитие плода

В10 Определите по следующим признакам, каким АХОВ произошло отравление: ощущение удушья, кашель, раздражение кожи, насморк, слезы, резь в глазах, боли в желудке

Часть С.

С1 Молодой человек получил ножевое ранение в грудь. Под ключицей справа резаная рана размером 3*1,5 см, из которой вытекает пенистая кровь. В распоряжении оказывающего помощь имеются флакон со спиртовым раствором йода, нестерильный целлофановый мешочек, нестерильный бинт.

1. Какое осложнение возникло при данном ранении?
2. Опишите алгоритм оказания первой помощи.

С2 Педиатр на приеме обследовал состояние родничков у годовалого ребенка и сделал заключение, что развитие головки ребенка идет нормально. На чем основывалось заключение педиатра?

С3 Новорожденный имеет прямой позвоночный столб, но у 3 летнего ребенка он принимает S--образную форму. С чем это связано?

С4 Пострадавший доставлен из очага массовых санитарных потерь с жалобами на затруднение вдоха, подёргивание мышц лица, ухудшение зрения. Обращает на себя внимание наличие сужения зрачков у пострадавшего, сильная одышка.

1. Предположительно из какого очага (какого вида оружия) доставлен пострадавший?
2. Предположительно каким ОВ поражён пострадавший?

С5 Аварийно-спасательная команда направлена в очаг радиационной аварии для проведения аварийно-спасательных и других неотложных работ.

1. Какими средствами защиты органов дыхания фильтрующего типа должны быть обеспечены спасатели?
2. Какими медицинскими средствами защиты должны быть обеспечены спасатели?

Б1.О.03.02 Первая медицинская помощь

КИМы

Часть А.

А1. Выберите один правильный ответ. Начальным видом оказания медицинской помощи пострадавшим считается

- А). первая врачебная
- Б). само- и взаимопомощь
- В). первая медицинская
- Г). специализированная

А2. Выберите один правильный ответ. В основу медицинской сортировки при чрезвычайных ситуациях берется

- А). установление диагноза заболевания (поражения) и его прогноза
- Б). состояние раненого (больного) и нуждаемость в эвакуации на последующие этапы
- В). тяжесть ранения (заболевания) и срочность оказания медицинской помощи
- Г). срочность проведения лечебных и эвакуационных мероприятий

А3. Выберите один правильный ответ. Наиболее эффективным способом защиты от внешнего гамма-излучения радиоактивных осадков является

- А). укрытие в защитных сооружениях
- Б). своевременная эвакуация
- В). медикаментозная профилактика лучевых поражений
- Г). использование защитной одежды

А4. Выберите один правильный ответ. При медицинской сортировке выделяют следующие группы пораженных

- А). легкораненые, раненые средней степени тяжести, тяжелораненые
- Б). агонирующие, нетранспортабельные, опасные для окружающих
- В). опасные для окружающих, легкораненые, нетранспортабельные
- Г). опасные для окружающих, нуждающиеся в медицинской помощи на данном этапе, не нуждающиеся в медицинской помощи на данном этапе

А5. Выберите один правильный ответ. Профилактика раневой инфекции на этапах медицинской эвакуации включает

- А). первичную хирургическую обработку ран, наложение асептической повязки, эвакуацию в больничную базу
- Б). антибиотикотерапию, обезболивание, инфузионную терапию
- В). транспортную иммобилизацию, асептические повязки на раны, обезболивание, первичную хирургическую обработку ран
- Г). наложение асептической повязки на место поражения, надежная транспортная иммобилизация, ранняя антибиотикотерапия, новокаиновые блокады, активная иммунизация, исчерпывающая первичная хирургическая обработка ран, восполнение кровопотери

А6. Выберите один правильный ответ. Первая медицинская помощь при ожогах глаз включает

- А). закапывание 0,25% раствора дикаина, наложение асептической повязки на обожженный глаз
- Б). закладывание за веки глазной мази, введение морфина
- В). введение промедола, введение 0,25% раствора дикаина в конъюнктивальный мешок, наложение бинокулярной асептической повязки, эвакуацию лежа на носилках
- Г). наложение повязки, немедленную эвакуацию

А7. Выберите один правильный ответ. Наиболее эффективными средствами транспортной иммобилизации при переломах бедра являются

- А). фанерные или пластмассовые
- Б). шины Дитерихса
- В). шины Крамера
- Г). подручные средства

А8. Выберите один правильный ответ. Индекс Алговера применяется для определения тяжести

- А). дыхательной недостаточности
- Б). травматического шока
- В). Кровопотери
- Г). коматозного состояния

A9. Выберите один правильный ответ. Ожоговый шок тяжелой степени развивается при площади ожога

- A). 5-10%
- Б). 10-20%
- В). 20-50%
- Г). 50-70%

A10. Выберите один правильный ответ. Если нет сознания и нет пульса на сонной артерии (в случае внезапной смерти) то необходимо:

- A). первый спасатель проводит непрямой массаж сердца. Второй спасатель проводит искусственное дыхание и информирует партнеров о состоянии пострадавшего. Третий спасатель приподнимает ноги пострадавшего .
- Б). первый спасатель информирует партнеров о состоянии пострадавшего. Второй спасатель проводит искусственное дыхание. Третий спасатель приподнимает ноги пострадавшего и готовится к смене первого спасателя.
- В). первый спасатель проводит искусственное дыхание. Второй спасатель проводит непрямой массаж сердца. Третий спасатель приподнимает ноги пострадавшего

Часть В.

B1. Установите соответствие.

Патологическое состояние	Симптомы
состояние биологической смерти, при котором реанимационные действия уже не проводятся	Зрачок деформируется во время сдавливания глазного яблока, есть трупные пятна, роговица глаза высохшая
состояние внезапной смерти, требующее безотлагательных реанимационных действий	Отсутствует пульс в сонной артерии, отсутствует сознание, зрачки не реагируют на свет

B2. Установите соответствие.

Патологическое состояние	Порядок действий
термический ожог с целыми ожоговыми пузырями	охладить место ожога (струя холодной воды в течение 10-15 мин/приложить холод на 20-30 мин) не вскрывая ожоговый пузырь и не удаляя загрязнения
ожог с поврежденными ожоговыми пузырями	накрыть повреждение сухой чистой тканью, охладить поверх ткани

B3. Установите соответствие.

Патологическое состояние	Порядок действий
--------------------------	------------------

отравление дымом, если пострадавший находится в сознании	вывести из зоны задымления, облегчить дыхание (разорвать или расстегнуть одежду), дать понюхать нашатырный спирт и напоить крепким сладким чаем, дать лекарство с сорбирующими свойствами
отравление дымом, если пострадавший находится без сознания	вынести из зоны задымления, облегчить дыхание (разорвать или расстегнуть одежду), проверить наличие пульса, провести искусственное дыхание и непрямой массаж сердца, после появления дыхания положить набок, укрыть, дать понюхать нашатырный спирт и напоить крепким сладким чаем, дать лекарство с сорбирующими свойствами

В4. Установите соответствие.

Вид утопления	Признаки
бледное утопление истинное утопление	бледно серый цвет кожи широкий нереагирующий на свет зрачок отсутствие пульса на сонной артерии часто сухая, легко удаляемая платком пена в углах рта кожа лица и шеи с синюшным отеком набухание сосудов шеи обильные пенистые выделения изо рта и носа

В5. Установите соответствие.

Вид перелома	Признаки
Открытый перелом костей конечностей Закрытый перелом костей конечностей	видны костные обломки деформация и отек конечности наличие раны, часто с кровотечением деформация и отек конечности синюшный цвет кожи сильная боль при движении

В6. Установите соответствие.

Количество спасателей	Порядок действий
порядок действий комплекса	5 надавливаний на грудину, затем 2 вдоха

реанимации при оказании первой помощи двумя спасателями, если у пострадавшего нет сознания и пульса на сонной артерии порядок действий комплекса реанимации при оказании первой помощи одним спасателем, если у пострадавшего нет сознания и пульса на сонной артерии	искусственного дыхания 15 надавливаний на грудину, затем 2 вдоха искусственного дыхания
---	---

В7. Установите последовательность действий. Определите последовательность осмотра ребенка при травмировании:

1. шея
2. голова
3. руки и ноги
4. грудная клетка
5. живот
6. таз
7. спина

В8. Установите соответствие.

Тип аптечки	Содержимое
АИ-1 АИ-2	<p>Препарат, используемый при отравлениях ФОВ; противоболевое средство; радиозащитное средство; противобактериальное средство; противорвотное средство</p> <p>Шприц-тюбик с противоболевым средством; противобактериальное средство; радиозащитное средство №1; противобактериальное средство; радиозащитное средство №2; противорвотное средство</p>

В9. Соотнесите возможную длительность выживания человека находящегося в воде с температурой воды.

Температура	Возможная длительность выживания человека находящегося в воде
ниже 2°C от 4°C до 10°C	<p>менее 45 минут</p> <p>менее 3-х часов</p> <p>менее 6 часов</p>

от 10°C до 15°C	
-----------------	--

В10. Соотнесите действие тока и последствия для организма.

Действие тока	Последствия
Злектрохимическое Тепловое Механическое Биологическое	Коагуляция белка клетки: некроз тканей Термическая травма: ожоги, обугливание Расслоение тканей: отрыв частей тела и конечностей Обугливание скелетной и гладкой мускулатуры боль, судороги спазм дыхательных мышц спазм артериол гипоксия тканей, остановка дыхания и сердца

Часть С

С1 Решите ситуационную задачу. Пораженный безразличен к окружающему, пульс частый и плохо прощупывается. Одежда обгорела, кожа передней поверхности груди, живота и обеих рук ярко-красного цвета, покрыта множественными пузырями.

1. Укажите предполагаемый диагноз.
2. Опишите порядок оказания первой медицинской помощи.

С2 Решите ситуационную задачу. В очаге химического заражения найдены военнослужащие в тяжелом состоянии. Сознание спутанное, бледность кожных покровов, резкий миоз зрачков без реакции на свет, мучающееся от кашля и удушья с обильным отделением мокроты.

1. Укажите предполагаемый диагноз.
2. Опишите порядок оказания первой медицинской помощи.
3. Укажите сортировочную группу, этап эвакуации.

С3 Решите ситуационную задачу. В момент химического нападения военнослужащий надел противогаз с опозданием. Жалуется на учащенное дыхание, горький вкус во рту, головную боль, рвоту, слюнотечение. Объективно: сознание угнетено, кожные покровы ярко-розового цвета, зрачки расширены, на свет не реагируют, экзофтальм, резкое напряжение всех мышц, тонические судороги.

1. Укажите предполагаемый диагноз.
2. Опишите порядок оказания первой медицинской помощи.
3. Укажите сортировочную группу, этап эвакуации.

С4 Решите ситуационную задачу. Пострадавший 22 лет был извлечен из-под разрушенного здания в состоянии средней тяжести, заторможен. При неврологическом обследовании очаговых симптомов не выявлено. АД=100/70 мм рт.ст., пульс 108 в 1 минуту, ритмичный, слабого наполнения. Живот резко болезненный при пальпации в области пупка и в нижних отделах, положительный симптом Щеткина - Блюмберга. Во всех отделах живота определяется мышечное напряжение, в отлогих местах - притупление перкуторного звука. Перистальтика кишечника вялая, не мочился.

1. Укажите предполагаемый диагноз.
2. Нуждается ли пострадавший в экстренной помощи при задержке эвакуации?
3. Нуждается ли пострадавший в отправке на следующий этап для оказания квалифицированной и специализированной помощи?

С5 Решите ситуационную задачу. В приемно-сортировочное отделение поступили одновременно 5 пораженных из очага ЧС.

Распределите пораженных по сортировочным группам, проведите медицинскую сортировку, определите очередность эвакуации.

- 1 пораженный – в сознании, травматическая ампутация стопы, обширные скальпированные раны;
- 2 пораженный – без сознания, тяжелая ЧМТ;
- 3 пораженный – разрыв легкого с напряженным пневмотораксом, тяжелая ЧМТ, разрыв трахеи;
- 4 пораженный – перелом костей голени, множественные ранения мягких тканей бедра;
- 5 пораженный – открытый перелом костей левой голени, осколочные ранения мягких тканей нижних конечностей и спины.

Б1.О.03.03 Физическая культура и спорт КИМы

Часть А.

Выберите правильный ответ

А1. Физическая культура – это:

1. восстановление здоровья средствами физической реабилитации;
2. часть общечеловеческой культуры, совокупность материальных и духовных ценностей создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека, укрепления его здоровья, совершенствования двигательных качеств и формирования двигательных умений и навыков;
3. педагогический процесс, направленный на обучение двигательным действиям и воспитание физических качеств;
4. занятия физическими упражнениями.

А2. Спорт – это:

1. вид социальной деятельности, направленный на оздоровление человека и развитие его физических способностей;
2. собственно соревновательная деятельность, специальная подготовка к ней, а также специфические отношения, нормы и достижения в сфере этой деятельности;
3. Олимпийские игры;
4. педагогический процесс, направленный на морфологическое и функциональное совершенствование организма человека.

А3. Что такое физическое воспитание?

1. процесс развития физических качеств человека;
2. педагогический процесс, направленный на формирование физической культуры личности;
3. процесс изменения и становления морфологических и функциональных свойств организма человека;
4. обучение человека двигательным умениям и навыкам.

А4. Основные средства физической культуры:

1. гимнастика;
2. физические упражнения;
3. спортивные игры;
4. тренировка.

А5. Величина нагрузки физических упражнений обусловлена:

1. сочетанием объема и интенсивности двигательных действий;
2. степенью преодолеваемых при их выполнении трудностей;
3. утомлением, возникающим в результате их выполнения;
4. частотой сердечных сокращений.

А6. Что такое закаливание?

1. повышение устойчивости организма к факторам среды, путем систематического их воздействия на организм;
2. длительное пребывание на холоде с целью привыкания к низким температурам;
3. купание в зимнее время;
4. перечень процедур для воздействия на организм человека.

А7. Под общей физической подготовкой понимают тренировочный процесс направленный:

1. на формирование правильной осанки;
2. на всестороннее и гармоничное физическое развитие человека;
3. на укрепление здоровья;
4. на достижение высоких спортивных результатов.

А8. Для достижения тренировочного эффекта необходимо выполнять упражнения с ЧСС (частота сердечных сокращений):

1. 100-110 уд/мин;
- б) 90-100 уд/мин;
- в) 110-120 уд/мин;
- г) 130-150 уд/мин.

А9. Какое физическое качество является наиболее важным для здоровья человека?

1. сила;
2. ловкость;
3. выносливость;
4. гибкость.

А10. Как называется система физических упражнений (преимущественно силовых) для женщин, направленная на коррекцию фигуры и улучшение функционального состояния организма?

1. калланетика;
2. шейпинг;
3. ритмическая гимнастика;
4. аквааэробика.

Часть В.

Б1. Опишите последовательность проведения комплекса ОРУ:

4. упражнения для мышц туловища;
5. упражнения для мышц рук;
3. упражнения для мышц ног;
4. упражнения для мышц шеи.

Б2. К объективным показателям самоконтроля относятся:

1. артериальное давление;
2. скорость мыслительных процессов;
3. частота сердечных сокращений;
4. спирометрия;
5. лабильность нервных процессов.

Б3. Что из перечисленного относится к субъективным данным самоконтроля?

1. масса тела;
2. самочувствие;
3. ортостатическая проба;
4. пульс;
5. настроение.

Б4. Силовые упражнения рекомендуется сочетать с упражнениями на _____.

Б5. Способность человека к продолжительному эффективному выполнению мышечной работы умеренной интенсивности, требующей функционирования подавляющего большинства скелетных мышц называется _____ .

Б6. Для развития общей выносливости наиболее эффективны:

1. спортивные игры;
2. циклические виды спорта;
3. единоборства.
4. пеший туризм.

Б7. При выполнении, каких упражнений решающее значение имеет относительная сила:

1. жим штанги лежа;
2. подтягивание в висе на перекладине;
3. прыжок в длину с места;
4. отжимания в упоре лежа.

Б8. Чем является динамическая физкультурная минутка для работников умственного труда?

1. средством развития физических качеств;
2. средством, способствующим снижению возбудимости ЦНС и анализаторных систем, снятию резко выраженных нервно-эмоциональных состояний;
3. средством повышения работоспособности;
4. средством, способствующим нормализации мозгового и периферического кровообращения.

Б9. Укажите правильное соответствие средства для воспитания физических качеств: 1. плавание – сила;

2. челночный бег – ловкость;
3. бег на лыжах – выносливость;
4. прыжки на скакалке - быстрота;
5. приседания – сила.

Б10. Умственное утомление это _____ человека.

Часть С.

С1. Составьте комплекс из 3-4 упражнений силовой направленности.

С2. Составьте комплекс из 3-4 упражнений скоростно-силовой направленности.

С3. Составьте комплекс из 3-4 упражнений для развития гибкости.

С4. Составьте комплекс физкультминутки для работника умственного труда.

С5. Составьте комплекс упражнений для круговой тренировки по ОФП.

МОДУЛЬ 4 "Предметно-содержательный"
Б1.О.04.01 Интегрированные коммуникации
(реклама и связи с общественностью)

Кимы

Часть А.

A1. Синонимом «интеграции» нельзя назвать:

- А) соединение;
- Б) восполнение;
- В) наблюдение;
- Г) сближение.

A2. М. Маклюэн является автором термина:

- А) глобальная проблема;
- Б) глобальный месседж;
- В) глобальная деревня;
- Г) глобальное пространство.

A3. Теоретиком коммуникации не является:

- А) Н. Луман;
- Б) Т. Гоббс;
- В) М. Кастельс;
- Г) Д. Белл;

A4. Модель культурного и социального поля Пьера Бурдьё разрабатывалась применительно к:

- А) Германии;
- Б) Италии;
- В) Франции;
- Г) США.

A5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

A6. Одно из первых политтехнологических агентств в России называлось:

- А) «Никколо М»;
- Б) «Форсаж»;
- В) «Делаем выбор»;
- Г) «Успех».

А7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
- Б) М. Хайдеггер;
- В) Ф. Котлер;
- Г) А. Камю.

А8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

А9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

А10. Функция управления, призванная устанавливать и поддерживать взаимосвязи, взаимопонимание, и сотрудничество между организацией и её членами; осуществлять управление процессом разрешения проблем или спорных вопросов – это...

- А) менеджмент.
- Б) избирательная кампания;
- В) GR;
- Г) PR.

Часть В.

В1. Установите соответствие метода с его сутью:

1. «Копчёная селёдка»	А) Создание информационной доминанты.
2. «Блеф»	Б) Оперирование несуществующими ресурсами.
3. «Троянский конь»	В) Маскировка проблемы, её камуфлирование.

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие бренда и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Remy Martin	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

С1. Придумайте несколько эпитетов к рекламе минеральной воды.

С2. Школа бихевиориального анализа существовала в американском городе...

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. С недавних пор самолёты компании «Аэрофлот» носят имена известных деятелей культуры. Для чего это было сделано?

С5. Придумайте привлекательный рекламный слоган к рекламе аптеки.

Б1.О.04.02 Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии

Кимы
Часть А

A1. Public relations (паблик релейшнз) – это:

- а) то, что позволяет руководству организации продавать свои товары и услуги профессионально, а не на удачу, от случая к случаю;
- б) то, что используется для получения поддержки какой-либо точки зрения, интереса или убеждения;
- в) форма организации коммуникации;
- г) кризисный менеджмент.

A2. Целью public relations является обеспечение взаимодействия:

- а) между организацией и ее общественностью;
- б) между организациями-конкурентами;
- в) внутри руководящего состава;
- г) между организациями из разных отраслей экономики.

A3. Специалиста PR по связям с медиа называют:

- а) PR-менеджер;
- б) PR-директор;
- в) PR-специалист;
- г) пресс-атташе.

A4. Сколько основных способов определения PR-цели существует?

- а) 1;
- б) 2;
- в) 3;
- г) 4.

A5. Важность и востребованность отношений public relations с прессой зависят:

- а) от наличия СМИ и уровня грамотности в стране;
- б) только от наличия СМИ в стране;
- в) только от уровня грамотности в стране;
- г) от наличия СМИ, уровня грамотности и демографической обстановки в стране.

A6. Одним из инструментов public relations является:

- а) фотография;
- б) телефон;
- в) краски;
- г) диафильм.

A7. К основным PR-ценностями спонсорства относят:

- а) помощь маркетинговой политике;

- б) формирование осведомленности о компании или ее продукции;
- в) социальную ответственность;
- г) широкую освещенность в СМИ.

A8. С каким отделом печатных изданий PR-специалист взаимодействует в первую очередь:

- а) с редакционным;
- б) с рекламным;
- в) с производственным;
- г) с отделом распространения.

A9. Из четырех составляющих PR-бюджета основные расходы приходятся на:

- а) оплату труда;
- б) офисные накладные расходы;
- в) материалы;
- г) прочие расходы.

A10. Среди перечисленных суждений неверным является следующее:

- а) целью public relations является достижение коммуникационных целей;
- б) public relations является «бесплатной рекламой»;
- в) любая организация, так или иначе, вовлечена в public relations;
- г) public relations может использовать рекламные технологии.

Часть В

B1. Завершите предложение.

Документированная информация, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством Российской Федерации, называется информацией ...

B2. Укажите правильную последовательность этапов простейшей модели планирования.

- 1. а) определение целей;
- 2. б) анализ ситуации;
- 3. в) планирование бюджета;
- 4. г) определение категорий общественности;
- 5. е) выбор медиа и методов работы с ними;
- 6. ж) анализ результатов

B3. Завершите предложение.

Совокупность представлений, знаний, установок и стереотипов, основанных на непосредственном повседневном опыте людей и доминирующих в социальной общности, которой они принадлежат, — это ...

B4. Завершите предложение.

Наука и искусство создания долгосрочного покупательского предпочтения к определенной товарной марке - бренду. Вся система маркетинговых и PR-акций, направленная на создание брэнда. От имеющегося неизвестного товара или фирмы до «у всех на слуху». Это – ...

В5. Завершите предложение.

Совокупность внешних по отношению к данной системе факторов, которые учитываются при принятии организационных решений – это...

В6. Завершите предложение ...

Встреча, в результате которой происходит обмен информацией, предложениями, который не завершается достижением договоренности, – это ...

В7. Завершите предложение.

Целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, товара, фирмы), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы, – это ...

В8. Завершите предложение.

Оказание воздействия на законодательный или исполнительный орган власти для принятия решения в пользу заинтересованных лиц – это...

В9. Завершите предложение.

Профессиональный посредник при разрешении конфликтов – это ...

В10. Завершите предложение.

Суждение общества о чем-либо, выражающее позицию одобрения или осуждения – это ...

Часть С

С1. Назовите наиболее значимые задачи деятельности PR-специалистов.

С2. Корпоративный имидж определяется корпоративной культурой. Дайте характеристику основных составляющих организационной культуры.

С3. Ваше агентство по связям с общественностью приглашено для проведения региональной кампании по пропаганде здорового образа жизни. Укажите целевые группы кампании, основные темы сообщений. Дайте общую характеристику стратегии.

С4. В структуре общественного мнения выделяют три компонента: рациональный, эмоциональный и волевой. Раскройте их содержание.

С5. Перечислите наиболее распространенные типы PR-исследований/

Б1.О.04.03 Основы теории коммуникации

Кимы

Часть А.

А1. Метод исследования, с помощью которого изучаются отдельные аспекты поведения людей и их выборы, называется:

- А) историческим;
- Б) бихевиористским;

- В) сравнительным;
- Г) case-study.

A2. М. Маклюэн является автором термина:

- А) глобальная проблема;
- Б) глобальный месседж;
- В) глобальная деревня;
- Г) глобальное пространство.

A3. Теоретиком коммуникации не является:

- А) Н. Луман;
- Б) Т. Гоббс;
- В) М. Кастельс;
- Г) Д. Белл;

A4. Модель культурного и социального поля Пьера Бурдьё разрабатывалась применительно к:

- А) Германии;
- Б) Италии;
- В) Франции;
- Г) США.

A5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

A6. Одно из первых политтехнологических агентств в России называлось:

- А) «Никколо М»;
- Б) «Форсаж»;
- В) «Делаем выбор»;
- Г) «Успех».

A7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
- Б) М. Хайдеггер;
- В) Ф. Котлер;
- Г) А. Камю.

A8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

A9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

A10. Функция управления, призванная устанавливать и поддерживать взаимосвязи, взаимопонимание, и сотрудничество между организацией и её членами; осуществлять управление процессом разрешения проблем или спорных вопросов – это...

- А) менеджмент.
- Б) избирательная кампания;
- В) GR;
- Г) PR.

Часть В.

В1. Установите соответствие метода с его сутью:

1. «Копчёная селёдка»	А) Создание информационной доминанты.
2. «Блеф»	Б) Оперирование несуществующими ресурсами.
3. «Троянский конь»	В) Маскировка проблемы, её камуфлирование.

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие бренда и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Remy Martin	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

С1. Придумайте несколько эпитетов к рекламе кофе на вынос.

С2. Школа бихевиориального анализа существовала в американском городе...

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. С недавних пор самолёты компании «Аэрофлот» носят имена известных деятелей культуры. Для чего это было сделано?

С5. Придумайте привлекательный рекламный слоган к рекламе аптеки:

Б1.О.01.04 Технологии связей с общественностью

Кимы

Часть А

А1. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

А2. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

А3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

А4. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

А5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

А6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами
- в) напротив хозяев

А7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

А8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

А9. Интервью:

- а) художественное описание работы фирмы
- б) обзор событий
- в) беседа в форме вопросов и ответов

А10. PR-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
- б) вице-президент по связям с общественностью
- в) менеджер по связям с общественностью

Часть В

В1. Фандрайзинговая деятельность:

- а) сбор средств на решение социально значимой проблемы
- б) участие в работе фондовой биржи
- в) пожертвование средств на благотворительные цели

В2. Первая самостоятельная американская PR-фирма имела название:

- а) «Уильям Болдуин»
- б) «Паблсити-бюро»
- в) «Паркер энд Ли»

В3. Роль PR-персонала в принятии стратегических решений определяется:

- а) вхождением PR-специалиста в состав «руководящей команды»
- б) компетентностью PR-менеджера
- в) финансовым обеспечением PR-службы

В4. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

- а) не более 10 минут
- б) 2-3 минуты
- в) 20 минут

В5. К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

- а) опосредованный характер
- б) непосредственный характер
- в) совпадение по времени

В6. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью ПР-проекта было:

- а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования
- б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика
- в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

В7. Управленческая компетенция специалиста ПР предполагает:

- а) владение иностранными языками
- б) знание математических методов обработки информации
- в) стратегическое мышление

В8. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, ПР-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:

- а) налаживать тесное сотрудничество с властями
- б) применять научные методы изучения общественного мнения
- в) распространять информацию об организации

В9. Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», – это средство финансовых коммуникаций:

- а) экономическое обозрение
- б) корпоративная брошюра
- в) годовой отчет компании

В10. Основной недостаток подчинения ПР-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:

- а) руководитель ПР-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации
- б) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации
- в) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Элемент рекламного комплекса, несущий смысл рекламного объявления и определяющий способ его передачи (устно или письменно) _____

С2. Группа потенциальных покупателей, объединенных общим интересом, потребностью, способных использовать предлагаемые товары и услуги к собственной выгоде, имеющих необходимые для приобретения средства и готовых оплатить покупную стоимость товаров и услуг _____

С3. Рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и

запоминается _____

С4. Слово, имя, знак, символ или их сочетание, художественно оформленные и применяемые для индивидуализации и выделения производителей, продающих организаций или товаров среди конкурентов

С5. Характерно оформленное **наименование продукта** или **его изготовителя**. Аналогично торговой марке логотип призван облегчить покупателю идентификацию товара или изготовителя непосредственно в торговой точке _____

Б1.О.04.05 Теория и практика массовой информации

Кимы

Часть А

А.1. Когда (в какие годы) возник термин «медiateкст»

- А. 90-е годы XX в.
- Б. 50-е годы XX в.
- В. 80-е годы XIX в.
- Г. 10-е годы XXI в.

А.2. Что такое формат СМИ

- А. Социально ориентированное общение, в котором претерпевают изменение фигуры автора (субъекта) и адресата.
- Б. Вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации.
- В. Человек, журналистские произведения которого публикуют в СМИ.
- Г. Совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи в соответствии с применяемыми информационно-коммуникационными технологиями и концепцией СМИ.

А.3. Что такое медiateкст

- А. Вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации.
- Б. Динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций.
- В. Совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи в соответствии с применяемыми информационно-коммуникационными технологиями и концепцией СМИ.
- Г. Социально ориентированное общение, в котором претерпевают изменение фигуры автора (субъекта) и адресата.

А.4. Что такое креолизированный текст

- А. Текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной и невербальной. Примеры таких текстов — тексты рекламы, комиксы, афиши, плакаты.
- Б. Совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи в соответствии с применяемыми информационно-коммуникационными технологиями и концепцией СМИ.
- В. Социально ориентированное общение, в котором претерпевают изменение фигуры автора (субъекта) и адресата.
- Г. Вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации.

А.5. Назовите главных субъектов медиакommunikации

- А. Автор и адресат.
- Б. Радио и телевидение.
- В. Журнал и газета.
- Г. Дизайн и формат издания.

А.6. Как вы определите понятие «языковое манипулирование»

- А. Качество личности или группы, состоящее в их способности оказывать определяющее влияние на формирование мнений, суждений, оценок отдельного человека, а также его поведения.
- Б. Социально ориентированное общение, в котором претерпевают изменение фигуры автора (субъекта) и адресата.
- В. Соответствие требованиям ситуации и ожиданиям людей.
- Г. Скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи.

А.7. Что такое интертекстуальность

- А. Обозначение общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга.
- Б. Качество личности или группы, состоящее в их способности оказывать определяющее влияние на формирование мнений, суждений, оценок отдельного человека, а также его поведения.
- В. Совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи в соответствии с применяемыми информационно-коммуникационными технологиями и концепцией СМИ.
- Г. Соответствие требованиям ситуации и ожиданиям людей.

А. 8. Кто ввел в научный обиход термин «интертекстуальность»

- А. А.А. Негрышев.
- Б. Юлия Кристева.

В. Ю.М. Лотман.
Г. Т.В. Шмелева.

- А. 9. В чем заключается смысл функции пиарпродвижения медиатекста
- А. Перекладывает ответственность за публичное слово на автора цитируемых слов.
 - Б. Реализуется тогда, когда сам текст «источника» становится коммуникативным событием.
 - В. Маркирует отношения свой/чужой между автором и читателем: если читатель опознает цитату, он включается в «свой круг» – круг читателей, для которых пишет автор.
 - Г. Направлена на формирование общественного мнения: создание имиджа политиков, общественных деятелей, партий, финансово-промышленных компаний, скрытая реклама торговых марок, товаров и услуг, лоббирование (или контрлоббирование) проектов, решений, идей и т. п.

- А. 10. Что такое интериконичность
- А. Обозначение общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга.
 - Б. Скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи.
 - В. Отсылка к прототексту (тексту-источнику) не вербального, а визуального характера, визуализированная интертекстуальность, востребованная не только в комиксах, карикатурах, рекламе, но и в креолизованных текстах.
 - Г. Соответствие требованиям ситуации и ожиданиям людей.

Часть В

- В.1. В чем сущность метода контент-анализ
- А. Позволяет выявить закономерности организации каждого уровня медиатекста, устойчивую сочетаемость единиц, характерную для разных жанров и медиатопиков, особенности различных тропов и стилистических приёмов с точки зрения реализации общей коммуникативной перспективы медиатекста.
 - Б. Исследовательский метод, направленный на систематическое, объективное, основанное на количественных данных изучение содержания коммуникации.
 - В. Позволяет сосредоточить внимание на целом ряде экстралингвистических факторов, сопровождающих производство и актуализацию медиатекста.
 - Г. Цель метода состоит в обнаружении и изучении идеологически окрашенных компонентов текста.

В.2. Дайте определение жанру интервью

А. Целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с интервьюируемым в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес.

Б. Одна из разновидностей малой формы эпической литературы — рассказа, отличная от другой его формы, новеллы, отсутствием единого, острого и быстро разрешающегося конфликта и большей развитостью описательного изображения.

В. Сатирический жанр художественно-публицистической литературы, высмеивающий порочные явления в общественной жизни.

Г. Изречение, краткая цитата перед произведением или его частью, характеризующая основную идею произведения.

В3. Найдите определение журналистскому жанру репортаж

А. Информационный жанр журналистики, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщаящий о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является автор.

Б. Изречение, краткая цитата перед произведением или его частью, характеризующая основную идею произведения.

В. Сатирический жанр художественно-публицистической литературы, высмеивающий порочные явления в общественной жизни

Г. Целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с интервьюируемым в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес.

В4. С помощью какого признака репортажа у читателя создается «эффект присутствия» и «эффект соучастия»

А. Оперативность.

Б. Информативность.

В. Наглядность.

Г. Опосредованность.

В5. Определите содержание репортажа с экспериментом

А. Оперативно отражает общественно-значимое событие в хронологической последовательности.

Б. В основе лежит интересная жизненная ситуация, которую освещает репортёр.

В. Ориентирован не только на описание одномоментного события, но и на выяснение причин его возникновения и развития.

Г. Несёт в себе интригу, так как журналист моделирует ситуацию, которая позволит ему узнать информацию, проверить реакцию людей в неожиданном положении и т. д.

В6. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...

- А. Репортаж
- Б. Пресс-релиз
- В. Интервью
- Г. Корреспонденция

В7. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов

- А. Аналитические материалы
- Б. Коммерческую информацию
- В. Новости
- Г. Сводки МВД

В8. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» был принят Государственной Думой...

- А. В 1995 г.
- Б. В 1998 г.
- В. В 2000 г.
- Г. В 2010 г.

В9. Систематическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения поведение людей – это

- А. Общественное мнение
- Б. Коммуникация
- В. Массовая коммуникация
- Г. Манипуляция

В 10. Заключительным этапом исследования общественного мнения является

- А. Опрос
- Б. Подведение итогов
- В. Анализ
- Г. Выступление в СМИ

Часть С

- 21. Кратко охарактеризуйте такую особенность сетевых СМИ как гипертекстуальность _____
- 22. Дайте определение жанру статьи _____
- 23. Определите содержание общеисследовательской статьи _____
- 24. Укажите главное требование к пресс-релизу _____

25. Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы _____

**Б1.О.04.06 Информационные технологии в рекламной
и PR-деятельности**

Кимы

Часть А

А1. Третья информационная революция была вызвана появлением ...

- а) книгопечатания;
- б) телефона, телеграфа и радио;
- в) микропроцессорной техники;
- г) систем искусственного интеллекта.

А2. Информация делится на структурированную и неструктурированную по ...

- а) наличие взаимосвязей;
- б) сфере применения;
- в) форме представления;
- г) доступности.

А3. Характеристика (свойство) информации, указывающая на необходимость введения ограничений на круг субъектов, имеющих доступ к данной информации – это ее ...

- а) защищенность;
- б) простота;
- в) адекватность;
- г) конфиденциальность.

А4. Общество, в котором сфера услуг имеет приоритетное развитие и превалирует над объемом промышленного производства и производства сельскохозяйственной продукции, называют ...

- а) промышленным;
- б) интеллектуальным;
- в) постиндустриальным;
- г) деклассированным.

А5. Систему можно представить в виде комплекса самостоятельных подсистем – это свойство ...

- а) делимости;
- б) целостности;
- в) конформности;
- г) логичности.

А6. Совокупность программных продуктов, предоставляющих пользователю дополнительные услуги в работе с компьютером и расширяющих возможности операционных систем, называется ...

- а) многозадачным ПО;
- б) сервисным ПО;
- в) дополнительным ПО;
- г) базовым ПО.

А7. Текстовые и графические редакторы, издательские системы относятся к ...

- а) базовому ПО;
- б) прикладному ПО;
- в) методо-ориентированному ПО.

А8. Современный термин «презентация» происходит от латинского слова, означающего ...

- а) передаю, вручаю;
- б) изготавливаю, делаю;
- в) рисую, пишу;
- г) стираю, очищаю.

А9. Наиболее известной программой для создания мультимедийных презентаций сегодня является ...

- а) InDesign;
- б) Word;
- в) PowerPoint;
- г) Illustrator.

А10. Хроматической моделью не является...

- а) RGB;
- б) CMYK;
- в) SDK;
- г) HSB.

Часть В

В1. Установите соответствие между видами информации и их характеристиками.

1. Научная	а) отличается точностью и стремлением к достоверности;
2. Экономическая	б) существует в виде чертежей, схем, технического описания и т. п.;
3. Правовая	в) представляет собой массив правовых актов и связанных с ними материалов;
4. Инженерно-конструкторская	г) базируется на анализе количественных показателей и отражает процессы производства, распределения, обмена и потребления

	материальных благ.
--	--------------------

В2. Установите соответствие между свойствами информации и их описаниями.

1. Актуальность	а) свойство, характеризующее невозможность несанкционированного доступа, использования, искажения или разрушения информации;
2. Релевантность	б) сохранение ценности информации для субъекта (пользователя) в течение определенного периода времени;
3. Достоверность	в) соответствие получаемой информации запросам потребителя, мера соответствия результатов поиска задаче, поставленной в запросе;
4. Защищенность	г) свойство информации отражать истинное положение дел и не содержать скрытых ошибок.

В3. Установите соответствие между видами базового ПО и их описаниями.

1. Операционные системы	а) комплекс программ, предназначенных для разработки, корректировки или развития программного обеспечения;
2. Сервисные программы	б) совокупность программно-аппаратных средств для диагностики и обнаружения ошибок в процессе работы компьютера и вычислительной системы в целом;
3. Программы технического обслуживания	в) комплекс специальных программных средств, предназначенных для управления загрузкой компьютера, запуском и выполнением других пользовательских программ, а также для планирования и управления вычислительными ресурсами персонального компьютера;
4. Инструментальное ПО	г) совокупность программных продуктов, предоставляющих пользователю дополнительные услуги в работе с компьютером и расширяющих возможности операционных систем.

В4. Установите соответствие между примерами прикладных программ и их назначением.

1. Photoshop	а) программа предпечатной подготовки текста;
2. InDesign	б) растровый графический редактор;
3. Word	в) векторный графический редактор;
4. Illustrator	г) текстовый редактор.

В5. Установите соответствие между видами баз данных и их описаниями.

1. Иерархическая	а) элементы могут быть связаны с друг другом в нарушение иерархии;
2. Сетевая	б) данные организованы в виде двумерной таблицы;
3. Реляционная	в) хранение данных и их структурирование осуществляется по принципу разделения элементов на родительские и дочерние.

В6. Установите соответствие между типами компьютерной графики и их описаниями.

1. Растровая	а) изображения состоят из регулярной прямоугольной сетки точек, которая покрывает собой всю плоскость изображения;
2. Векторная	б) изображение строится по уравнению (или по системе уравнений), изменение коэффициентов в которых позволяет получать различные изображения;
3. Фрактальная	в) способ представления изображений, основанный на математическом описании элементарных геометрических объектов, таких как: точки, линии, кривые Безье, круги и окружности, многоугольники.

В7. Установите соответствие между форматами растровых графических файлов и их описаниями.

1. TIFF	а) формат сжатия графической информации, автоматически распаковывающийся при открытии;
2. JPEG	б) применяется в издательских системах как формат источников изображений;
3. PSD	в) предпочтителен для хранения промежуточных результатов редактирования растровых изображений, так как полностью сохраняет их структуру (слои, каналы, маски, тексты, прозрачность и др.);
4. PCD	г) универсальный формат для хранения отсканированных изображений.

В8. Завершите предложение.

Изображение, пиксели которого могут быть любого из оттенков, составленных смешением двух базовых цветов называются ...

В9. Завершите предложение.

Преобразование файла растрового (пиксельного) изображения в более компактную форму за счет удаления избыточной информации называется ...

В10. Завершите предложение.

Комплекс современных компьютерных и информационных технологий, позволяющих объединить средствами компьютерной системы графическое изображение, текст, звуки, видео и анимацию (мультипликацию), включающий визуальные эффекты, интерактивный интерфейс и прочие механизмы управления – это ...

Часть С

С1. Объясните, в чем состоят преимущества векторных графических форматов по сравнению с растровыми?

С2. Расскажите, на какие особенности использования графических форматов следует обращать внимание при их выборе?

С3. Расскажите об областях применения и особенностях растровых изображений следующих типов: монохромные, полутоновые, полноцветные, индексированные.

С4. Опишите типовую структуру презентации. Укажите, какие задачи нужно решить на каждом из ее этапов?

С5. Мультимедийная презентация традиционно считается одним из наиболее эффективных маркетинговых средств. В чем именно, на Ваш взгляд, состоят ее основные достоинства?

Б1.О.04.07 Компьютерный дизайн в рекламе

КИМы

Часть А.

А1. Одной из основных функций графического редактора является:

1. масштабирование изображений;
2. хранение кода изображения;
3. создание изображений;
4. просмотр и вывод содержимого видеопамати.

А2. Элементарным объектом, используемым в растровом графическом редакторе, является:

1. точка (пиксель);
2. объект (прямоугольник, круг и т.д.);
3. палитра цветов;
4. знакоместо (символ).

А3. Сетка из горизонтальных и вертикальных столбцов, которую на экране образуют пиксели, называется:

1. видеопамять;
2. видеоадаптер;
3. растр;
4. дисплейный процессор.

А4. Графика с представлением изображения в виде совокупности объектов называется:

1. фрактальной;
2. растровой;
3. векторной;
4. прямолинейной.

А5. Пиксель на экране дисплея представляет собой:

1. минимальный участок изображения, которому независимым образом можно задать цвет;
2. двоичный код графической информации;
3. электронный луч;
4. совокупность 16 зерен люминофора.

А6. Видеоконтроллер – это:

1. дисплейный процессор;
2. программа, распределяющая ресурсы видеопамяти;
3. электронное энергозависимое устройство для хранения информации о графическом изображении;
4. устройство, управляющее работой графического дисплея.

А7. Цвет точки на экране дисплея с 16-цветной палитрой формируется из сигналов:

1. красного, зеленого и синего;
2. красного, зеленого, синего и яркости;
3. желтого, зеленого, синего и красного;
4. желтого, синего, красного и яркости.

А8. Наименьшим элементом поверхности экрана, для которого могут быть заданы адрес, цвет и интенсивность, является:

1. символ;
2. зерно люминофора;
3. пиксель;
4. растр.

А9. Графика с представлением изображения в виде совокупностей точек называется:

1. прямолинейной;
2. фрактальной;
3. векторной;
4. растровой.

A10. Какое расширение имеют файлы графического редактора Paint?

1. exe;
2. doc;
3. bmp;
4. com.

Часть В.

B1. Деформация изображения при изменении размера рисунка – один из недостатков:

B2. Установите соответствие между программой и видом графики:

1. Компас3Д	а) растровая графика
2. Photoshop	б) векторная графика

B3. Чем больше разрешение, тем изображение

B4. Установите соответствие между форматом и описанием

1. хранение и отображение в среде Windows	а) bmp
2. векторный формат, используется для обмена чертежами между САПР	б) dxf
3. чаще всего в этом формате хранятся фотографии	в) jpeg
4. растровый формат, используется в Adobe Photoshop по умолчанию	г) psd
5. в этом формате сохраняются документы приложения CorelDraw	д) cdr

B5. Для чего используется модель L*a*b?

1. для преобразования цветов из одной модели в другую;
2. для отображения на экране;
3. для печати;
4. для выбора цвета.

В6. Какой вид графики используется в изображении, представленном на рисунке?



1. растровая
2. векторная
3. фрактальная
4. трехмерная

В7. Установите соответствие:

1. Цветовой диапазон	а) Совокупность двух других характеристик
2. Динамический диапазон	б) Весь возможный диапазон цветов, воспринимаемых наблюдателем
3. Цветовое пространство	в) Различие между самым светлым и самым тёмным цветами, воспринимаемым наблюдателем

В8. Перечислите все известные Вам цветовые модели:

В9. Какая цветовая модель относится к аддитивным?

1. RGB
2. CMYK
3. HSB
4. LAB

В10. Верно ли, что и растровая, и фрактальная графика строятся на основе математических формул?

Часть С.

С1. Несжатое растровое изображение размером 128x128 пикселей занимает 2 Кб памяти. Каково максимально возможное число цветов в палитре изображения?

С2. Для кодирования одного пикселя используется 3 байта. Фотографию размером 2048x1536 пикселей сохранили в виде несжатого файла. Определите размер получившегося файла.

С3. Рассчитайте объем видеопамати, необходимой для хранения графического изображения, занимающего весь экран монитора с разрешением 640x480 и палитрой из 65536 цветов.

С4. Какой объем видеопамати необходим для хранения изображения при условии, что разрешение монитора равно 1024x768 пикселей, а количество используемых цветов – 8? Выразить ответ в Кбайт.

С5. Сколько памяти компьютера требуется для двоичного кодирования цветного рисунка, количество цветов 256, размер 10x10 точек?

Б1.О.04.08 Основы медиапланирования

Кимы

Часть А.

А1. Какое определение наиболее точно характеризует медиапланирование?:

А) процесс создания аналитических инструментов (документов), содержащих полную и структурированную информацию о предстоящих маркетинговых мероприятиях.

Б) аналитический обзор рынка медиа в конкретном регионе;

В) аналитический обзор деятельности конкурентов;

Г) PR и GR- стратегии.

А2. Метод, предполагающий поиск проблемы в отвлекающей форме подачи материала, называется:

А) методом системного анализа;

Б) блефом;

В) «троянским конём»;

Г) мифом.

А3. Какие СМИ из перечисленных ниже не имеют печатных изданий?

А) «Ведомости»;

Б) «Новая газета»;

В) РБК;

Г) РИА «Новости»;

А4. Какой рекламы НЕ существует:

- А) контекстной;
- Б) медийной;
- В) таргетированной;
- Г) профессиональной.

A5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

A6. Какое понятие является лишним в медиапланировании?:

- А) клик;
- Б) статус в профайле;
- В) охват аудитории;
- Г) конверсия.

A7. Предварительный план избирательного округа, составленный специалистом, с указанием важных его особенностей называется:

- А) паспортом округа;
- Б) пресс-релизом;
- В) экспресс-опросом;
- Г) экзит-пулом.

A8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

A9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

A10. Какого типа рынков не существует?

- А) совершенного;
- Б) монополистической конкуренции;

- В) монополии;
Г) авторитарного.

Часть В.

В1. Установите соответствие типа рынка с его ориентацией:

1. Региональный рынок	А) Субъект, конкретные территории, объединённые общими исторически сложившимися связями, экономикой и культурой.
2. Местный рынок	Б) Локальные сообщества.
3. Мировой рынок	В) Глобальное пространство.

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
--------------------	--------------------------

2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие бренда и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Remy Martin	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

С1. От чего зависит просматриваемость материалов в социальных сетях?

С2. Школа бихевиориального анализа существовала в американском городе...

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. Подробное описание ситуации, содержащее анализ текущей ситуации, её исторические предпосылки, конкурентную среду, и предшествующее началу информационной кампании, называется...

С5. Какие медиаресурсы могли бы понадобиться для проведения избирательной кампании по выборам депутата муниципального района?

Б1.О.04.09 Этика и аксиология

Кимы

Часть А

А1. Этика является

- А. набором социальных принципов
- Б. учением о морали
- В. общепринятая норма
- Г. учением о правилах общения между людьми

А2. Синонимом понятия «мораль» является...

- А. Политика
- Б. Нравственность
- В. Наука
- Г. Религия

А3. Совесть в этике – это

- А. одна из компетенций специалиста
- Б. правило этикета
- В. профессионально-значимое качество личности
- Г. требование контракта

А4. Что является определяющим для религиозного мировоззрения?

- А. доброта
- Б. знание
- В. вера
- Г. мудрость

А5. Принцип нравственной регуляции отношений людей в обществе

- А. Хорошая зарплата
- Б. Качественное образование

В. Справедливость

Г. Правосудие

А6. Честь – это

А. поддержка интересов своей корпорации

Б. защита «чести мундира»;

В. следование ценностным принципам – честность, правдивость, добросовестность, профессионализм

Г. защита личной репутации

А7. Какие характеристики человека не поддаются коррекции:

А. социальный статус

Б. пол и возраст

В. состояние здоровья

Г. психологическое состояние

А8. «Золотое правило нравственности» – это

А. принцип: око за око, зуб за зуб

Б. поступай так, как хочешь, чтобы поступали по отношению к тебе

В. справедливая денежная компенсация за ущерб

Г. общественное порицание

А9. А9. Конфиденциальность в этике– это

А. результат инновационного подхода к деятельности

Б. принцип хорошего отношения к человеку

В. этический принцип

Г. добросовестность работника

А10. Этикет – это

А. совокупность традиций

Б. правила внешней формы поведения и общения

В. форма общественного сознания

Г. требования контракта

Часть В

В.1. Установите источник этической нормы:

первопричина бытия	автор
А. Не убей	1. Сократ
Б. Человек человеку друг, товарищ и брат	2. Ветхий Завет
В. Не судите, да не судимы будете	3. Новый Завет
Г. Я знаю, что ничего не знаю	4. Моральный кодекс строителя коммунизма

В.2. Установите соответствие этического принципа определенной эпохе:

трактовка бытия	философ
А. принцип талиона: равное возмещение вреда	1. античность эпохи Сократа и Платона
Б. Эвдемонизм: цель жизни – счастье и блаженство	2. первобытная древность

В. Человек человеку друг, товарищ и брат	3. Эпоха средневековья
Г. Без воли Бога ни один волос не упадет с головы человека	4. XX век - эпоха советского социализма

В-3. Установите принадлежность философа тому или иному этическому учению:

этическое учение	философ
А. категорический императив	1. Маркс
Б. утилитаризм	2. Эпикур
В. гедонизм	3. Бентам
Г. нормы морали зависят от специфики общественного бытия	4. Кант

В-4. Установите авторство этического труда:

историческая эпоха	философ
А. «Оправдание добра»	1. Вл. Соловьев
Б. «Сумма теологии»	2. Фома Аквинский
В. «Критика практического разума»	3. Кант
Г. «По ту сторону добра и зла»	4. Ницше

В-5. Установите соответствие этической концепции исторической эпохе:

этическая концепция	историческая эпоха
А. религиозный эсхатологизм	1. античность
Б. гуманизм	2. средневековье
В. утилитаризм	3. возрождение
Г. гедонизм	4. Новое время

В-6. Установите автора этического понятия

метод	автор
А. этика	1. Цицерон
Б. мораль	2. Аристотель
В. талион	3. Бентам
Г. деонтология	4. возникло стихийно в древности

В-7. Установите автора морального высказывания

высказывание	философ
А. «В одну и ту же реку нельзя войти дважды»	1. Сократ
Б. «Я знаю лишь то, что ничего не знаю»	2. Аристотель
В. «Платон мне друг, но истина мне дороже»	3. Гераклит
Г. «О богах я не знаю ни того, что они существуют, ни того, что они не существуют»	4. Протагор

В-8. Определите автора терминов

термины	философ
А. категорический императив	1. Платон
Б. психоанализ	2. Кант
В. энтелехия	3. Фрейд

Г. калокагатия	4. Аристотель
----------------	---------------

В-9. Определите автора этической концепции

концепция	философ
А. эвдемонизм	1. Бентам
Б. гедонизм	2. Сократ
В. утилитаризм	3. Кант
Г. категорический императив	4. Эпикур

В-10. Определите автора высказываний о сущности человека

высказывание	автор
А. человек – это канат, натянутый между животным и сверхчеловеком	1. Аристотель
Б. человек есть совокупность всех общественных отношений	2. Протагор
В. человек есть политическое животное	3. Ницше
Г. человек есть мера всех вещей	4. Маркс

Часть С

С.1. В одном из сочинений Эпикура есть такое рассуждение: «Когда мы говорим, что удовольствие – это конечная цель, то, что мы разумеем не удовольствия распутников и не удовольствия, заключающиеся в чувственном наслаждении, как думают некоторые, но мы разумеем свободу от телесных страданий и от душевных тревог. Нет, не попойки и кутежи непрерывные, не наслаждения женщинами, не наслаждения всякими яствами, которые доставляет роскошный стол, рожают приятную жизнь, но трезвое рассуждение, исследующее причины всякого выбора и избегания и изгоняющее лживые мнения, которые производят в душе величайшее смятение».

В чем заключается специфика эпикурейского учения об удовольствиях (необычность эпикурейского понимания удовольствий)?

С.2. Как вы понимаете христианский принцип морали: «Любите врагов ваших, благотворите ненавидящих вас, благословляйте проклинающих вас и молитесь за обижающих вас» (Новый Завет. Евангелие от Матвея).

Обоснуйте свой ответ.

С.3. Больному ребенку необходимо дать необходимое, но очень горькое лекарство. Нужно ли говорить старому и больному человеку правду о его судьбе?

Как Вы поступите?

С.4. Как вы оцените действия педагога в детском доме с детьми-сиротами. В одной из старших групп есть подросток (токсикоман), который заставляет детей из младших групп следовать своему примеру.

Каковы действия педагога?

С.5. Кому принадлежит высказывание: «Правовые отношения, как и формы государства, не могут быть поняты ни из самих себя, ни из так называемого

общего развития человеческого духа, что, наоборот, они коренятся в материальных жизненных отношениях. Анатомию гражданского общества следует искать по политической экономии»

К какому направлению относятся философские взгляды автора?

Б1.О.04.11 Основы менеджмента и маркетинга

КИМы

Часть А

A1. Выберите один вариант правильного ответа:

Миссия организации определяет:

- а) направления деятельности организации
- б) состав и количество персонала
- в) общую цель организации
- г) спектр услуг и производства организации
- д) перспективы ее развития

A2. Выберите один вариант правильного ответа:

Целеполагание является системообразующей функцией, потому что:

- а) целеполагание фокусирует вокруг себя все остальные функции
- б) целеполагание связано с функцией принятия решения
- в) целеполагание связано с функцией контроля

A3. Выберите один вариант правильного ответа:

К факторам влияния на организацию внешней среды не относится:

- а) политическая обстановка в стране
- в) правовое регулирование
- в) иерархия подчинения
- г) технологические изменения

A4. Выберите несколько вариантов правильного ответа:

Социальная ситуация воздействует на организацию через:

- а) изменение структуры населения
- б) повышение квалификационного уровня работников
- в) размещение промышленности
- г) изменения ожиданий потребителей

A5. Выберите несколько вариантов правильного ответа:

Выберите тип поведения организации по отношению к внешней среде, если она стремится анализировать и прогнозировать тенденции изменения внешней среды с целью опережающего реагирования на эти изменения:

- а) пассивно-приспособительное
- б) активно-приспособительное
- в) активно-влияющее

г) агрессивно-влияющее

A6. Выберите один вариант правильного ответа:

K PEST-факторам внешней среды не относится:

- а) политические факторы
- б) организационные факторы
- в) экономические факторы
- г) технологические факторы

A7. Выберите один вариант правильного ответа:

Что именно на этапе предпринимательства вызывает высокий творческий потенциал сотрудников?

- а) желание самих людей
- б) неопределенность путей развития
- в) нечеткие функциональные обязанности
- г) экономическая ситуация в обществе

A8. Выберите один вариант правильного ответа:

Для какого этапа развития организации более всего характерен лидер-новатор

- а) рождение
- б) полная зрелость
- в) отрочество
- г) старение

A9. Выберите один вариант правильного ответа:

Структура управления – это:

- а) набор функций;
- б) совокупность и порядок управленческих действий;
- в) целостная совокупность относительно самостоятельных элементов.
- г) подчиненность внутри каждого производственного подразделения для выполнения сотрудниками своих функциональных обязанностей

A10. Выберите один вариант правильного ответа:

Организационная структура, характеризующаяся развитой иерархией управления, наличием правил и норм поведения коллектива – это:

- а) бюрократическая структура
- б) органическая структура
- в) адаптивная структура
- г) инновационная структура

Часть В

B1. Установите правильное соотношение.

1.Динамические организации

2.Динамические системы

3.Децентрализованная организация

4. Дивизиональная организация

5.Статические организации

1. организация с автономными подразделениями, независимыми и хозяйствующими, как правило, самостоятельно и питающееся частью ресурсов из центра; взаимодействие и распределение прибыли с центром регулируется с помощью договоров и контрактов.
2. для динамически развивающихся организаций характерно стремление постоянно наращивать темпы своего развития, осваивать новые технологии, увеличивать выпуск продукции, расширять круг решаемых задач, осваивать новые рынки с целью получения дополнительной прибыли.
3. системы, состояние которых изменяется во времени
4. делится на дивизионы по типу выпускаемой продукции, по регионам и т.д.
5. все показатели деятельности организации остаются неизменными в течение длительного времени. Такие организации без изменений и перспектив развития не могут долго держаться «на плаву».

В2.Выявите правильное соотношение.

1.Закон единства анализа и синтеза

2.Закон информированности-упорядоченности

3.Закон композиции

4.Закон развития

1. чем большей информацией располагает организация о внутренней и внешней среде, тем большую она имеет вероятность устойчивого функционирования (самосохранения).
2. пропорциональности: каждая материальная система стремиться сохранить в своей структуре все необходимые элементы (композицию), находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции).
3. каждая материальная система стремиться достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождении всех этапов жизненного цикла.
4. каждая материальная система –живой организм, социальная организация (предприятие, учебное заведение) – стремиться настроится на наиболее экономный режим, функционирование за счет постоянного изменения своей структуры или функций.

В3. Установите правильное соотношение.

1.Закон самосохранения

2.Закон синергии

3.Закон теории организации

4.Миссия

1.зависимость, которая либо зафиксирована в законодательных документах (конституции), законодательных актах, уставах и т.д.), либо является общепринятой нормой для большой группы людей и организаций, либо получила признание и поддержку авторитетных ученых (синергия, пропорциональность и композиция и т.д.).

2. предназначение, смысл существования предприятия (формирует взгляды менеджмента, выражает цели, служит стимулом, помогает формированию задач).

3. каждая материальная система (организация, коллектив, семья) стремится сохранить себя (выжить) и использует для достижения весь свой потенциал (ресурс).

4. для любой организации существует такой набор элементов, при котором ее потенциал всегда будет либо существенно больше простой суммы потенциалов входящих в нее элементов (людей, компьютеров и т.д.), либо существенно меньше.

В4.Установите правильное соотношение.

1. Организационная культура

2. Организационно-управленческая структура

3.Организационные отношения

4.Органические структуры

1. совокупность вертикальных и горизонтальных связей, обеспечивающих упорядоченность, скоординированность и регулируемость деятельности, ее ориентацию в определенном направлении

2. система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития.

3. эти структуры стали применяться недавно. Своё название «органические», они получили из-за сходства с организмом. Они способны изменяться

4. взаимодействие или противодействие между элементами организации внутри и вне ее при создании, функционировании, развитии и разрушении организации.

В5. Установите правильное соотношение.

1.Реорганизация.

2.Реструктуризация

3.Реинжиниринг бизнес-процессов

4.Самоорганизация

1. изменение структуры чего-либо по определенным параметрам (сроку, назначению, величине, льготам, выплатам и пр.) в связи с изменившимися условиями и в целях позитивного решения проблемы. Один из методов антикризисного управления (реструктуризация долгов, технологии, персонала, финансов, управления и пр.).
2. фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения максимального эффекта производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности, оформленное соответствующими организационно-распорядительными и нормативными документами
3. изменение структуры и статуса предприятия путем слияния, выделения, поглощения, преобразования.
4. способность системы формировать структуру, обеспечивающую ее целостность и эмерджентность.

В6.Выявите правильное соотношение.

1.Эмерджентность

2.Системность

3.Системный анализ

4.Системный подход

1. 1) обладание всеми признаками системы; 2) всеобщее свойство материи, форма ее осуществления, а следовательно, неотъемлемое свойство человеческой практики, включая мышление.
- 2.система методов исследования или проектирования сложных систем, поиска, планирования и реализации изменений, предназначенных для ликвидации проблем.
3. 1) особенность систем, состоящая в том, что свойства системы не сводятся к совокупности свойств частей, из которых она состоит, и не выводятся из них; 2) внутренняя целостность систем; 3) результат, полученный при функционировании самоорганизующихся систем.
4. рассматривается либо как одна из ранних форм системного анализа, либо как начальная фаза современного системного анализа, этап первоначального, качественного анализа проблемы и постановки задач.

В7. Установите соответствие между критериями классификации и видами норм:

Критерии классификации:

- 1) по стадиям производства
- 2) по времени
- 3) по сфере распространения

- 4) по методам установления
- 5) по целевому назначению

Виды норм:

1. расходные, технические, оценочные, технико-экономические, оперативно-производственные, календарно-плановые
2. научно обоснованные, расчетно-аналитические, экспериментальные, аналитически-исследовательские, отчетно-статистические
3. текущих, страховых запасов материалов, незавершенного производства, полуфабрикатов, комплектующих изделий, готовой продукции
4. внутрипроизводственные, международные, республиканские, федеральные, региональные, муниципальные
5. перспективные, годовые и текущие, условно-постоянные и временные, разовые и сезонные

В8. Что такое риск?

- 1). риск - возможная потеря
- 2). вероятность дополнительных расходов или неполучения доходов
- 3). риск - потенциально существующая вероятность потери ресурсов или неполучения доходов, связанная с конкретной альтернативой управленческого решения
- 4). нет верного решения

В9. Какие факторы оказывают влияние на характер принимаемых решений?

- 1). степень полноты и достоверности информации
- 2). объем информации
- 3). своевременность информации
- 4). все утверждения верны

В10. Из каких процедур состоит стадия реализации управленческого решения?

- 1). разработка плана реализации
- 2). управление реализацией
- 3). определение комплекса необходимых работ
- 4). определение числа исполнителей
- 5). контроль выполнения решения

Часть С

С1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14%

при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

С2. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

С3. Четверо рабочих отработали за 1 декаду 256 ч-часов. 1 рабочий - изготовил 118 вида А, 2 рабочий - изготовил 96 деталей В, 3 рабочий - изготовил 32 деталей С, 4 рабочий - 256 деталей D. За 2 декаду они также отработали 256 часов. Производительность первых троих не изменилась. Четвертый рабочий произвел 384 детали. Определить, как увеличилась производительность труда всей бригады.

С4. Бригадой за 21 рабочий день первого месяца были изготовлены:
2000 валов, при норме трудоемкости изготовления 0,25 человеко-часа;
1400 шестерен, при норме трудоемкости 0.45 ч-ч;
1500 крышек редуктора, при норме трудоемкости 0,3 ч-ч;
1000 кронштейнов, при норме трудоемкости 0,1 ч-ч..
Во втором месяце была внедрена новая технология, позволяющая повысить производительность изготовления валов на 25%, и изготовления крышек редуктора на 20%. Таким образом, нормы трудоемкости изменились. Бригаду покинул один работник, но за 20 дней второго месяца было изготовлено:
валов-2500;
шестеренок - 1000;
крышек редуктора - 2000; кронштейнов - 1340.
Определить: как изменилась производительность труда за второй месяц.

С5. Компания «Лето» производит и продает хлебобулочные изделия и другие продукты. Руководитель компании реализовал УР по изменению функциональных обязанностей и сократил одного работника. Другим работникам за выполнение дополнительных функций увеличили материальное вознаграждение. В результате совершенствования функциональных обязанностей и лучшей работы персонала себестоимость продукции уменьшилась на 1%, цена изделия уменьшилась на 0,5%, но общая цена реализации увеличилась на 5% из-за увеличения объема продаж.

Общие данные приведены в таблице:

Этап работы компании	Общая цена реализации в месяц,	Общие затраты в месяц, млн руб	Прибыль, млн руб.
----------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------

	млн руб.		
До реализации УР	2,592	2,074	0,518
После реализации УР	2,722	2,054	0,668

Требуется оценить экономическую эффективность УР по методу сопоставления конечных результатов.

Б1.О.04.12 Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности

КИМы

Часть А.

Английский язык

PART A

Заполните пропуски. В каждом предложении допустим только один правильный ответ.

1. My favourite ... at school were history and geography.
 - a) tasks
 - b) subjects
 - c) lessons
 - d) periods
2. Being able to use computer is an important ... nowadays.
 - a) license
 - b) skill
 - c) qualification
 - d) degree
3. Cultural ... are general practices found in every culture.
 - a) institutions
 - b) events
 - c) universals
 - d) programmes
4. Social ... is the way people act towards one another when they meet.
 - a) interaction
 - b) behavior
 - c) role
 - d) value
5. Is this book yours or ...?
 - a) she
 - b) his

- c) he
- d) her

6. We'll begin ... the solution of the present-day problems of our enterprise.

- a) by
- b) with
- c) at
- d) in

7. You should eat more, ... you'll make yourself ill.

- a) if
- b) but
- c) and
- d) or

8. I want you ... me some information.

- a) give
- b) gives
- c) giving
- d) to give

9. When ... we ... to the museum?

- a) will, take;
- b) will, taken;
- c) will, be taken;
- d) will be, taken.

10. The problem ... the next meeting.

- a) will discuss;
- b) will be discussing;
- c) will be discussed;
- d) will be discussed.

PART B

Установите соответствие между заголовками 1–10 и текстами A–I. Используйте каждую цифру только один раз. В задании есть один лишний заголовок.

- 1. GLOBAL LANGUAGE
- 2. HOW IT ALL BEGAN
- 3. GREAT BORROWER
- 4. THE LANGUAGE OF COMPUTERS
- 5. ENGLISH IN OTHER LANGUAGES
- 6. FRENCH INFLUENCE
- 7. CRAZY ENGLISH
- 8. DO YOU SPEAK COCKNEY?

9. VERBAL MISUNDERSTANDING

10. A BETTER SYSTEM

A. It's strange that the differences in Britain itself are greater than those between Britain and other English-speaking countries. For a Londoner, it's easier to understand an American than a Cockney. Cockney has a pronunciation, accent and vocabulary unlike any other dialect. Cockney speech is famous for its rhyming slang. A word is replaced by a phrase or a person's name which rhymes with it.

B. Other languages absorb English words too, often giving them new forms and meanings. So many Japanese, French, Spanish and Germans mix English words with their mother tongues that the resulting hybrids are called Japlish, Franglais, Spanglish and Denglish. In Japanese, for example, there is a verb Makudonaru, to eat at McDonald's.

C. Have you ever wondered why the English language has different words for animals and meat? When William the Conqueror invaded England in 1066, French became the official language of the court. The English would look after the animals and cook the meat, still calling the animals pig, sheep and cow. The Normans, when they saw the cooked meat arrive at their table, would use French words – pork, mutton and beef.

D. English is mixing with other languages around the world. It's probably the biggest borrower. Words newly coined or in vogue in one language are very often added to English as well. There are words from 120 languages in its vocabulary, including Arabic, French, German, Greek, Italian, Russian, Spanish and Turkish. 70 per cent of the English vocabulary are loan words and only 30 per cent of the words are native.

E. Have you ever wondered how many people speak English? It's around 400 million people. Geographically, English is the most wide-spread language on earth, and it's second only to Chinese in the number of people who speak it. It's spoken in the British Isles, the USA, Australia, New Zealand and much of Canada and South Africa. English is also a second language of another 300 million people living in more than 60 countries.

F. In Shakespeare's time only a few million people spoke English. All of them lived in what is now Great Britain. Through the centuries, as a result of various historical events, English spread throughout the world. There were only 30,000 words in Old English. Modern English has the largest vocabulary in the world – more than 600,000 words.

G. In the English language blackboards can be green or white, and blackberries are green and then red before they are ripe. There is no egg in eggplant, neither mushroom in mushroom, neither pine nor apple in pineapple, no ham in hamburger.

Why is it that a king rules a kingdom but a queen doesn't rule a queendom? If the plural of tooth is teeth, shouldn't the plural of booth be beeth? And in what other language can your nose run?

H. Some American words are simply unknown on the other side of the Atlantic, and vice versa. But a lot of words exist in both variants, and these can cause trouble. British visitors to America are often surprised at the different meanings that familiar words have acquired there. If an Englishman asks in an American store for a vest, he will be offered a waistcoat. If he wants to buy a handbag for his wife, he should ask for a purse, and if she wants to buy a pair of tights, she should ask for pantyhose: tights in America are what ballet dancers wear.

I. I think Continuous Assessment is a very sensible idea. Education should not simply be about slick exam performance, but about overall how you perform in school — how you study, how much you read, how logical and clear your essay arguments are. 50% of our final grading should be based on course work. I think it is fair.

PART C

1.Переведите на русский язык отрывок из делового письма

1.As the Dean of Stonewell College, I have had the pleasure of knowing Hannah Smith for the latest four years. 2.She has been a tremendous student and an asset to our school. 3.I would like to take this opportunity to recommend Hannah for your graduate program.

2.Ответьте на вопросы (краткий ответ допускается)

1. What word do we use before the surname of the man when we address him?
2. What words do we use before the surname of the girl or unmarried woman when we address her?
3. What words do we use before the surname of the married woman when we address her?

3.Переведите на английский язык

1. Статья посвящена проблемам образования в России.
2. Какова тема вашей выпускной квалификационной работы?
3. Последние новости подробно представлены в этой газете.

4. Заполните пропуски нужной формой глагола *to be*.

1. What ...you?
2. Linda ... a secretary of Mr.Turner.
3. Tomorrow he ...at his office at 9 a.m.

5. Напишите вопросы, на которые можно получить следующие ответы.

1. Greenwood is a small place not far from London.

2. Yes, he has got some publications.
3. Mr. Turner is a professor.

Немецкий язык

Часть А

A11. Nach dem Studium an dieser Universität hat jeder einen sicheren Arbeitsplatz.

- a) После обучения в этом университете каждый имеет хороший заработок.
b) После обучения в этом университете каждый имеет социальные льготы.
c) После обучения в этом университете каждый имеет гарантированное место работы.
d) После обучения в этом университете каждый имеет престижную работу.

A12. Wenn man den richtigen Beruf gewählt hat, so kann man viel Erfolg in der beruflichen ... haben.

- a) Tätigkeit
b) Bereich
c) Gebiet
d) Fach

A13. Он повышает свою квалификацию.

- a) Er bildet sich in seinem Beruf weiter.
b) Er wechselt seinen Beruf.
c) Er weiterbildet sich in seinem Beruf.
d) Er bildet seinen Beruf weiter.

A14. Поставьте глагол *fragen* в *Plusquamperfekt Passiv*:

- a) Er wird gefragt werden.
b) Er war gefragt worden.
c) Er ist gefragt worden.
d) Er wurde gefragt worden.

A15. ... der Text schwer war, hat er ihn nicht übersetzt.

- a) dass
b) wenn
c) nachdem
d) da

A16. Geben Sie mir den Plan des Seminars, ... ich mich auf den Vortrag vorbereiten kann.

- a) da
b) dass
c) indem
d) damit

A17. Warum schweigt ihr? ... etwas!

- a) Sagt euch
b) Sagen Sie

c) Saget

d) Sagt

A18. Sie haben wenig Zeit.

a) Beeilt euch!

b) Beeilet sich!

c) Beeilen Sie sich!

d) Beeilen!

A19. Как правильно обратиться к своему немецкому коллеге Дитеру Мюллеру, с которым Вы пока лично не знакомы?

a) Herr Dieter!

b) Herr Müller!

c) Müller!

d) Herr!

A20. Что не относится к словам извинения?

a) Entschuldigung!

b) Verzeihung!

c) Grüß dich!

d) Entschuldigen Sie bitte!

Часть В

B11. Установите соответствие.

5) Wir bestätigen den Empfang Ihres Briefes.

6) Wir empfangen Ihren Brief.

7) Wir bitten Sie, uns Ihre Entscheidung so bald wie möglich mitzuteilen.

8) Für ihre Bemühungen danken wir Ihnen im Voraus.

a) Мы получили Ваше письмо.

b) Мы подтверждаем получение Вашего письма.

c) Заранее благодарим Вас за Ваши усилия.

d) Просим Вас сообщить нам как можно скорее о Вашем решении.

B12. Установите соответствие.

1) die Anrede

2) die Grußformel

3) der Briefkopf

4) der Betreff

a) das Kalenderdatum

b) Sehr geehrte Damen und Herren!

c) die Einladung

d) Mit freundlichen Grüßen

B13. Восстановите правильную последовательность структурных компонентов письма.

a) die Einleitung, der Inhalt

b) die Anrede

c) der Ort, das Datum

d) der Schlusssatz

e) die Unterschrift

f) der Gruß

B14. Установите соответствие между видами письма и соответствующими им формами обращения.

- 1) formeller Brief
- 2) persönlicher Brief
- a) Sehr geehrte Frau Graf
- b) Hallo, Monika
- c) Liebe Frau Müller
- d) Sehr geehrter Herr Dr. Becker

B15. Подберите соответствующий предлог.

- 1) Das Institut ... Psychologie und Pädagogik organisiert eine wissenschaftliche Konferenz.
- 2) ... der Konferenz werden 3 wichtige Fragen behandelt.
- 3) Wie bereits mitgeteilt, findet die Konferenz ... München.
- 4) Der Vortrag war dem Gedenken ... diesem Professor gewidmet.
- a) auf
- b) von
- c) für
- d) in

B16. Соедините прилагательное с соответствующим существительным.

- 5) großer
- 6) aktuelles
- 7) spezielle
- 8) lange
- e) ... Kenntnisse
- f) ein ... Problem
- g) von ... Bedeutung
- h) Plenarsitzung

B17. Найдите синонимы.

- 5) der Betreuer
- 6) die Verbesserung
- 7) der Unterricht
- 8) die Qualität
- e) die Güte
- f) die Berichtigung
- g) das Seminar
- h) der Berater

B18. Соедините части предложений.

- 1) Der Lehrer bildet ...
- 2) Selbstständig bereiten ...
- 3) Sie arbeitet ...
- 4) In diesem Monat leisten
- a) ... sie sich auf Seminare vor.
- b) ... an einem großen Referat.
- c) ... sich in seinem Beruf weiter.

d) ... diese Studenten das Berufspraktikum ab.

B19. Подберите к каждому предложению соответствующее возвратное местоимение.

1) Sie irren

2) Setzt ... , bitte!

3) Im Sommer habe ich ... am Schwarzen Meer erholt.

4) Wofür interessierst du ... ?

a) mich

b) dich

c) sich

d) euch

B20. Дополните предложения подходящими по смыслу словами.

1) Guten Tag, Damen und ... !

2) Zuerst beantworte ich die erste

3) Ich ... damit nicht einverstanden.

4) Die Konferenz beginnt ... 10.00 Uhr.

Часть С

C6. Расставьте ударение в следующих словах:

Ansatz, Kapitel, Lektion, Professor, Psychologie, Untersuchung.

C7. Вставьте соответствующее вопросительное слово.

1) ... Vorlesung besucht er? – Er besucht Vorlesung von Professor N.

2) ... studierst du? – Ich studiere an der Freien Universität Berlin.

3) ... Schule hat Karl absolviert? – Karl hat die Schule № 5 absolviert.

4) ... macht ihr diese Aufgabe zusammen? – Wir machen diese Aufgabe zusammen, denn sie ist kompliziert.

5) ... ist er von Beruf? – Er ist Sozialarbeiter.

6) ... beschäftigst du dich? – Ich beschäftige mich mit diesem Problem.

C8. Восстановите слова в диалоге.

– Entsch... Sie, Herr Helmut, dass ich S... aufgehalten habe. Auf Wiedersehen!

– Auf Wiedersehen, Peter! Ich freue m..., dass ich mit Ihnen unterhalte h....
Kommen Sie wie...!

C9. Проспрягайте глагол „befragen“ в Präsens Passiv.

C10. Переведите на немецкий язык следующие слова и словосочетания (артикуль не употребляйте):

1) бакалавр

2) педагогические науки

3) магистр

4) научный руководитель

5) статья

6) экзамен

Partie A

Choisir la bonne réponse.

1. Nous vous prévenons que cette conférence aura lieu ... 3 ... 7 septembre et il faut ... y inscrire à l'avance.
a) de, à, s'; b) à, de, vous; c) du, au, vous; d) du, au, s'
2. Qu'est-ce que tu prends, toi? Moi, je vais prendre ... thé vert et un morceau ... tarte.
a) le, de la; b) une, une; c) un, de; d) du, de la
3. La police a trouvé le coupable, ... l'affaire a été close.
a) donc voilà; b) c'est quoi; c) donc; d) c'est pourquoi
4. Tu ... ce travail en deux jours.
a) es fait; b) as fais; c) as fait; d) fais
5. ... faire une commande, Monsieur ?
a) allez-vous; b) êtes-vous; avez-vous; d) venez-vous
6. Je voudrais qu'on ... au cinema ou au theatre.
a) va; b) ira; c) aille; d) allons
7. Le médecin a ajouté que le patient ... une rare maladie.
a) avait; b) a; c) a eu; d) est
8. Si j'avais assez d'argent, j'... vivre tout seul.
a) irai; b) irais; c) vais; d) aller
9. Elle a annoncé qu'elle ... une lettre de son fils.
a) vient de recevoir; b) viendrait de recevoir;
c) venait de recevoir; d) est venu de recevoir
10. Le bruit ... elle ... me donnait sur les nerfs.
a) dont, produisait; b) ce qu', a fait; c) qu', faisait; d) lequel, fait





Partie B

1. Déterminez une correspondance. Associez les titres de romans adaptés au cinéma à leurs auteurs (Соотнесите произведение и автора).

	ROMANS		AUTEURS
1	« Les Misérables »	A	Gustave Flaubert
2	« La Reine Margot »	B	Victor Hugo

3	« Madame Bovary »	C	Alexandre Dumas
4	« Le Petit Nicolas »	D	Sempé-Goscinny

2. Étudiez les panneaux A – D. dans le tableau, indiquez ensuite pour chaque phrase (1 – 4) la lettre correspondante (Соотнесите фразу с табличкой).

1. On ne peut pas venir nager en famille tôt le matin. 2. Il faut acheter aujourd’hui. C’est moins cher/ les soldes. 3. On peut faire du sport ici le soir. 4. On ne doit pas conduire vite ici.			
A	B	C	D
			

3. Remettez les mots dans l'ordre (Восстановите порядок слов в предложении).

- a) Travaille, ne, pas, Jacques.
- b) Ne, travaille, Jacques, pas.
- c) Jacques, ne, pas, travaille.
- d) Jacques, ne, travaille, pas.

4. Remettez les mots dans l'ordre (Восстановите порядок слов в предложении).

- a) Ecoute, Jean, pas, disques, de, ne.
- b) Jean ne, écoute, pas, de, disques.

- c) Jean, de,disques, ne, écoute, pas.
d)Jean, ne, écoute, de, disques, pas.

5. Remettez les mots dans l'ordre (Восстановите порядок слов в предложении).

- a) Jimmy, ne, comprend, pas, bien.
b) Bien, pas, Jimmy, comprend, ne.
c)Jimmy, ne, bien, comprend, pas.
d) Jimmy, ne, comprend, bien, pas.

6 - 10. Mettez les phrases au discours direct (Найдите соответствие фразы в косвенной и в прямой речи).

6	Jean m'a dit qu'il ne voulait pas aller à la montagne.	<p>a) Jean m'a dit : « Je ne voulais pas aller à la montagne. »</p> <p>b) Jean m'a dit : « Je ne pas veux aller à la montagne. »</p> <p>c) Jean m'a dit : « Je ne veux pas irais à la montagne. »</p> <p>d) Jean m'a dit : « Je ne veux pas aller à la montagne. »</p>
7	Monique m'a dit qu'elle avait invité Nathalie pour ce soir-là.	<p>a) Monique m'a dit : « J'avais invité Nathalie pour ce soir-là. »</p> <p>b) Monique m'a dit : « J'ai invité Nathalie pour ce soir. »</p> <p>c) Monique m'a dit : « J'avais invité Nathalie pour ce soir. »</p> <p>d) Monique m'a dit : « J'ai invité Nathalie pour ce soir-là. »</p>
8	J'ai demandé qui gardait la maison ce jour-là.	<p>a) J'ai demandé : « Qui garde la maison aujourd'hui ? »</p> <p>b) J'ai demandé : « Qui garde la maison ce jour-là? »</p> <p>c) J'ai demandé : « Qui gardait la maison aujourd'hui ? »</p>

		d) J'ai demandé : « Qui gardait la maison ce jour-là? »
9	Les touristes ont demandé s'ils pouvaient prendre une photo là.	<p>a) Les touristes ont demandé : «Est-ce qu'on pouvait prendre une photo là».</p> <p>b) Les touristes ont demandé : «Est-ce qu'on peut prendre une photo ici».</p> <p>c) Les touristes ont demandé : «Est-ce qu'on peut prendre une photo là».</p> <p>d) Les touristes ont demandé : «Est-ce qu'on pouvait prendre une photo ici».</p>
10	Le locataire a dit qu'il paierait le loyer le lundi suivant.	<p>a) Le locataire a dit : «Je paierai le loyer le lundi suivant».</p> <p>b) Le locataire a dit : «Je paierais le loyer le lundi prochain».</p> <p>c) Le locataire a dit : «Je paierai le loyer le lundi prochain».</p> <p>d) Le locataire a dit : «Je paierais le loyer le lundi suivant».</p>

Partie C

Traduire la deuxième partie de la phrase en français en utilisant le conditionnel présent (Переведите вторую часть предложения, используя le conditionnel présent).

1. Si l'eau était moins froide, я бы искупался (je me (baigner)).
2. Почтальон разнёс бы почту (Le facteur (distribuer) le courrier) s'il ne neigeait pas autant.
3. Si vous aviez mal à la dent, что бы Вы сделали (que (faire)-vous) ?
4. Si vous étiez libre ce soir, куда бы Вы пошли (où (aller)-vous) ?
5. Что бы произошло (Qu'est-ce qui (se passer)) si je ne savais pas lire ?

Б1.О.04.13 Стилистика и литературное редактирование

Кимы

Часть А.

А1. Что является целью литературного редактирования?

- а) Исправление стилистических ошибок и погрешностей при подготовке рукописи к публикации.
- б) Комплексное улучшение содержания и формы текста при подготовке рукописи к публикации.
- в) Исправление стилистических и логических погрешностей при подготовке рукописи к публикации.
- г) Исправление авторской концепции при подготовке рукописи к публикации.

А2. Какие виды чтения относятся к профессиональным редакторским?

- а) Ознакомительное, углубленное, шлифовочное.
- б) Информационное, справочное, вычитка.
- в) Углубленное, учебное, корректура.
- г) Информационное, шлифовочное, скорочтение.

А3. Каковы пределы редакторского вмешательства в текст?

- а) Редактор может менять литературную форму и авторскую концепцию по своему усмотрению.
- б) Редактор может исправлять стилистические погрешности, не искажая авторской концепции и не анализируя содержания.
- в) Редактор исправляет форму и содержание текста, не искажая авторской концепции и ограничиваясь необходимым минимумом исправлений.
- г) Редактор исправляет только стилистические и композиционные погрешности.

А4. Какое свойство текста обеспечивает его смысловое единство?

- а) Наличие смысловых скважин.
- б) Связность.
- в) Целостность.
- г) Закрепленность на определенном материальном носителе.

А5. Соблюдение какого свойства текста является условием его смысловой целостности?

- а) Когерентность.
- б) Наличие смысловых скважин.
- в) Проспекция.
- г) Ретроспекция.

А6. Какой операцией начинается процесс подготовки рукописи к публикации?

- а) Правка-вычитка.
- б) Аналитическое чтение.
- в) Ознакомительное чтение.

г) Правка-обработка.

А7. Какие цели ставятся при правке-обработке?

- а) Литературная отделка текста, проверка и уточнение содержания текста, мысли автора.
- б) Исправление фактических и стилистических ошибок.
- в) Совершенствование жанровой формы текста.
- г) Исправление авторской концепции, устранение фактических ошибок, композиционных и стилистических недочетов.

А8. Какие операции предполагает методика логического анализа текста?

- а) Членение текста на смысловые части, составление плана авторского варианта текста.
- б) Выделение имен, суждений (упрощение текста при необходимости), выделение связок, проверка верности имен и суждений путем их внутритекстового соотнесения между собой и с контекстом.
- в) Проверка правильности неконкретизированных формулировок, точности наименования объектов действительности, правильности союзов и текстообразующих вводных слов.
- г) Специальных приемов логического анализа, отличающихся от общих приемов анализа фактического материала, не существует.

А9. На каком этапе работы над рукописью проводится анализ композиции текста?

- а) Во время правки-обработки.
- б) Во время углубленного чтения.
- в) Во время шлифовочного чтения.
- г) Во время вычитки.

А10. По каким признакам можно узнать повествовательный текст?

- а) По перечислению наблюдаемых признаков предмета, оформленному преимущественно глаголами несовершенного вида.
- б) По цепи событий, представленной в хронологической последовательности и оформленной преимущественно глаголами прошедшего времени совершенного вида.
- в) По причинно-следственным связям между элементами предметно-логической основы текста.
- г) Не названы отличительные черты повествования.

Часть В.

В1. Напишите левую часть к приведённым определениям:

- а) – исторически обусловленная совокупность общеупотребительных языковых средств, а также правила их отбора и использования, признаваемые обществом наиболее пригодными в конкретный исторический период.

б) – разновидность языка, предназначенная для употребления в той или иной сфере общения.

в) – высшая разновидность национального языка, возникшая вместе с появлением письменности, основанная на нормах, обработанная мастерами слова.

В2. Напишите левую часть к приведённым определениям:

а) – совершенствование текста, предназначенного для опубликования.

б) – взаимная соотнесённость и расположение единиц в произведении, построение произведения.

в) – разновидность языка, предназначенная для употребления в той или иной сфере общения.

В3. Какой логический закон соответствует следующей формулировке:

каждая мысль, которая приводится в данном умозаключении, при повторении должна иметь одно и тоже содержание

а) закон противоречия

б) закон исключения третьего

в) закон тождества

г) закон достаточного основания

В4. Какой логический закон соответствует следующей формулировке: всякая истинная мысль должна быть обоснована другими мыслями, истинность которых доказана

а) закон противоречия

б) закон исключения третьего

в) закон тождества

г) закон достаточного основания

В5. На основании какого закона логики строится альтернатива в публицистическом тексте

а) закон противоречия

б) закон исключения третьего

в) закон тождества

г) закон достаточного основания

В6. Укажите начертание следующих знаков редакторской правки

а) Заменить букву.

б) Выкинуть слово.

в) Набрать с абзачным отступом.

г) Отменить исправление.

В7. Укажите начертание следующих знаков редакторской правки

а) Заменить прописную букву на строчную.

б) Заменить тире на дефис.

- в) Заменить несколько рядом стоящих букв, знаков, слов, целую строку другими (одной или несколькими).
- г) Заменить текст на протяжении двух или более строк.

В8. Укажите начертание следующих знаков редакторской правки

- а) Выкинуть лишнюю букву, группу знаков или несколько строк.
- б) Поменять местами соседние буквы, слоги, слова, строки
- в) Расставить слова, строки в нужной последовательности.
- г) Переставить букву, слог, слово, словосочетание, строку, несколько строк из одной строки в другую часть слова или группы слов.

В9. Укажите начертание следующих знаков редакторской правки

- а) Передвинуть элемент вправо, влево, до указанного предела.
- б) Увеличить пробел между словами или строками.
- в) Набрать в подбор без абзаца и без выделения "красной строки".
- г) Набрать курсивом.

В10. Установите соответствие между типами речи и их характеристикой

- 1) Описание а) Тип речи, нацеленный на то, чтобы обосновать, доказать, опровергнуть, выяснить причину явлений. Обобщенное значение – причинно-следственные отношения
- 2) Повествование б) Тип речи, в котором высказывания имеют объективную модусную рамку «Известно, что...». Эта модальность предполагает неочечность как обязательный признак данных высказываний
- 3) Рассуждение в) Тип речи, нацеленный на то, чтобы сообщить, констатировать или создать картину действительности. Обобщенное значение – перечисление свойств предмета или явления.
- 4) Констатация факта г) Тип речи, нацеленный на то, чтобы рассказать, передать движение событий во времени. Обобщенное значение – предмет и его действия

Часть С.

С1. Какой закон логического мышления нарушен в тексте: В магазине «1000 мелочей» можно приобрести катер. Стоимость 60 тысяч рублей.

- а) Закон противоречия.
- б) Закон исключения третьего.
- в) Закон тождества.
- г) Закон достаточного основания.

С2. Определите вид логической ошибки:

Нетерпеливое солнце не дождалось подъема и стало щекотать пятки высунутых из палаты ног. Наверное, поэтому гомельчане и выиграли эстафету – ведь их палатки стояли на самой солнечной стороне.

- а) Утверждение взаимоисключающих понятий.

- б) Смещение плана изложения.
- в) Неверное установление причинных связей.
- г) Сопоставление или противопоставление логически неоднородных понятий.

С3. Проанализируйте речевые недочеты; дайте свои варианты правки.

- а) Этот аппарат своими формами, конструкциями не был похож ни на один доселе известный самолет;
- б) Я был приятно удивлен, увидев, с каким тщанием на западном участке БАМа идет подбор кадров;
- в) Два года назад в нашем районе произошла история, которая из-за своей дикости с подачи журналистов стала известна далеко за его пределами;
- г) Пострадавшему 26 лет. Его противнику, скрывшемуся до прихода полиции, около 22 лет – это определено по записи конфликта, снятой камерой наблюдения.

С4. Укажите речевые ошибки, возникшие в результате смешения паронимов. Устраните их, правильно выбирая слова.

- а) Изменения, прошедшие в стране за последние 5-6 лет, необратимы.
- б) Лечебные учреждения проводят дифференциальное питание больных.
- в) Он был настоящим сподвижником книги, плоды его просветительской деятельности заметны и поныне.
- г) Третий сорт яблок охватывает всю продукцию, не подлежащую перевозке на длительные расстояния

С5. Используя знаки редакторской правки, устраните «глазные» ошибки. Призрачная ткань; пущистая мимоза; промить о помолщи; ложка села на мел; часовой на росту; бартья по разуму; масштабный проект к трехлетию Петербурга.

Б1.О.04.14 Логика

Часть А.

А1. Фигура категорического силлогизма определяется по:

- А) распределённости терминов в посылках;
- Б) количеству посылок;
- В) месту среднего термина в посылках;
- Г) характеру заключения.

А2. Модус категорического силлогизма определяется по:

- А) количеству и качеству посылок и заключения;
- Б) характеру заключения;
- В) месту среднего термина в посылках;
- Г) возможности проверки силлогизма.

А3. Силлогизм с пропущенной посылкой или заключением – это:

- А) непосредственное умозаключение;
- Б) полисиллогизм;
- В) энтимема;
- Г) сорит.

А4. Система отношений между суждениями, различающимися количеством и качеством посылок, называется:

- А) категорический силлогизм;
- Б) логический квадрат;
- В) семантический треугольник;
- Г) сорит.

А5. Среди общих правил силлогизма с понятием распределённости терминов связаны:

- А) два правила;
- Б) три правила;
- В) четыре правила;
- Г) ни одно из общих правил силлогизма.

А6. Умозаключение, в котором две условные посылки и одна разделительная посылка, называется:

- А) категорический силлогизм;
- Б) сорит;
- В) дилемма;
- Г) апория.

А7. Среди непосредственных умозаключений отсутствует:

- А) превращение;
- Б) обращение;
- В) логическое преобразование;
- Г) противопоставление предикату.

А8. В общеотрицательном суждении:

- А) распределены и субъект, и предикат;
- Б) распределён только субъект;
- В) распределён только предикат;
- Г) ни один из терминов не является распределённым.

А9. Большей называется посылка, содержащая:

- А) субъект заключения;
- Б) предикат заключения;
- В) средний термин;
- Г) все указанные термины.

А 10. Автором закона достаточного основания принято считать:

- А) Аристотеля;
- Б) Декарта;
- В) Паскаля;
- г) Лейбница.

Часть В.

В1. Соотнесите название произведения и автора:

1.«Категории»	А) Л. Витгенштейн
2.«Наука логики»	Б) Гегель
3.«Логико-философский трактат»	В) Аристотель

В2. Соотнесите логическую ошибку и её характеристику:

1. «Учетверение терминов»	А) отсутствие среднего термина в посылках силлогизма
---------------------------	--

2. «Неполное деление»	Б) Объём исходного понятия больше, чем сумма объёмов членов деления
3. «Женская логика»	В) Подмена противоположности противоречием

В3. Соотнесите нововведение в логике и эпоху, в продолжение которой оно было принято:

1. использование переменных в логике	А) конец 19 – начало 20 вв.
2. систематический перевод традиционной формальной логики на символический язык	Б) эпоха эллинизма
3. широкое использование логики в разработке методологии научного познания	В) середина 20 в.

В4. Умозаключение «Вся имеющаяся в этой библиотеке литература является научной. А поскольку некоторая литература по истории не является научной, её нет в этой библиотеке» является:

1. правильным силлогизмом первой фигуры;
2. неправильным силлогизмом первой фигуры;
3. правильным силлогизмом второй фигуры;
4. неправильным силлогизмом второй фигуры.

В5. Противоположные суждения:

1. Могут быть одновременно ложными, но не могут быть одновременно истинными;
2. Могут быть одновременно истинными, но не могут быть одновременно ложными;
3. Если одно из них ложно, то другое также ложно;
4. Если одно из них ложно, то другое истинно.

В6. Умозаключение «Если Н. – преступник, то ему известно место и время преступления. И то, и другое ему известно, значит, он - преступник» является примером:

- 1) одного из правильных модусов условно-категорического умозаключения;
- 2) одного из неправильных модусов условно-категорического умозаключения;
- 3) чисто условного умозаключения;
- 4) разделительного умозаключения.

В7. Умозаключение «С. обязан явиться в суд, так как он вызван в качестве свидетеля» следует считать:

- 1) непосредственным умозаключением;
- 2) энтимемой;
- 3) софизмом;
- 4) полисиллогизмом.

В8. Ошибка, при которой отсутствует логическая связь между аргументами и тезисом, называется:

- 1) формальная;
- 2) содержательная;
- 3) «круг в доказательстве»;
- 4) использование ложных аргументов.

В9. Умозаключение «Ни один честный человек не прибегает к помощи лжи, а некоторые фальсификаторы истории не являются честными людьми. Следовательно, некоторые фальсификаторы истории прибегают к помощи лжи»

- 1) является правильным модусом условно-категорического умозаключения;
- 2) сводится к одному из неправильных модусов условно-категорического умозаключения;
- 3) является правильным силлогизмом;
- 4) является неправильным силлогизмом.

В10. Значение p , если $p \rightarrow q$ истинно, $\neg q \vee r$ истинно, а r истинно, будет:

- 1) истинным;
- 2) ложным;
- 3) неverifiedируемым;
- 4) неопределённым.

Часть С.

С1. Термин «Логика» появляется в философской школе:

С2. Совокупность логических трудов Аристотеля называется:

С3. Если сравниваются не предметы, а пары предметов, то обнаруживающаяся между ними аналогия называется в формальной логике:

С4. Создателем диалектической логики явился:

С5. Законы логики, сформулированные Аристотелем, рассматриваются в качестве простейших тождественно-истинных высказываний в:

Б1.О.04.15 Имиджелогия: проектные технологии

КИМы

Часть А.

А1. Воспринимаемый имидж – это:

- а) то, как видят нас другие;
- б) вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения;
- в) образ, который требует ряд профессий.

А2. Текущий имидж – это:

- а) имидж, свойственный нашему представлению о себе;
- б) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся;
- в) имидж, характерный для взгляда со стороны.

А3. Зеркальный имидж – это:

- а) имидж, характерный для взгляда со стороны;
- б) имидж, свойственный нашему представлению о себе;
- в) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся.

А4. Деловая репутация – это:

- а) целенаправленно формируемый в сознании людей образ организации, персоны;
- б) профессиональная, служебная оценка предприимчивости, конкурентоспособности, состоятельности, надежности гражданина или юридического лица;
- в) уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении.

А5. Уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении – это:

- а) репутация;
- б) имидж;
- в) престиж.

А6. Закон живого притяжения выражает:

- а) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;
- б) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения;
- в) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.

А7. Закон коммуникативного воздействия выражает:

- а) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;
- б) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения;
- в) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.

А8. Ранжирование – это:

- а) определение характеристик идеального объекта этого типа и нашего реального объекта;
- б) размещение характеристик по приоритетности, по связи друг с другом;
- в) определение того, как и по каким каналам дойдет до целевой аудитории требуемое сообщение.

А9. «Фундамент» имиджа - это

- а) атмосфера внутри компании;
- б) определение ценностей, целей, принципов и философии компании;
- в) методы работы с общественностью компании.

А10. Впечатление, производимое человеком, компанией или институтом на одну или несколько групп общественности – это:

- а) репутация;
- б) престиж;
- в) имидж.

Часть В.

В1. Каким термином обозначается явление, о котором идет речь:
Особый вид изобразительного искусства, суть которого заключается в презентации лучших характеристик личности или социальной структуры направленной на обеспечение эффекта впечатления.

В2. Каким термином обозначается явление, о котором идет речь:
Зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя.

В3. Какая из функций не относится к функциям имиджа:

- а) идеализация;
- б) идентификация;
- в) актуализация.

В4. Какой закон не относится к законам формирования имиджа:

- а) закон восприятия;
- б) закон живого притяжения;
- в) закон гармонии.

В5. Понятие "имидж" стало предметом общественного внимания в России:

- а) в 18 веке
- б) в конце 19 века
- в) в конце 20 века.

В6. Академия имиджелогии создана в России:

- а) в 1812 году
- б) в 1890 году
- в) в 2002 году.

В7. Понятия "имидж", "образ", "репутация", "роль":

- а) означают одно и то же
- б) разные по значению
- в) представляют собой степени актуализации одного явления.

В8. По объекту имиджирования различают:

- а) внутренний и внешний имидж
- б) частный и общий имидж
- в) персональный и корпоративный имидж.

В9. К типам имиджа по классификации Ф. Джевкинз не относится:

- а) зеркальный
- б) текущий
- в) перспективный.

В10. К группам функций имиджа по классификации В.М. Шепеля не относится:

- а) ценностные
- б) технологические

в) продуктивные.

Часть С.

- C1. Кто автор книги "Представление себя другим в повседневной жизни"? Назовите другие работы исследователя.
- C2. Какое центральное понятие в процессе формирования имиджа выделил И. Гофман?
- C3. Какие группы стратегий самопредъявления определены А. Шутцем?
- C4. Какие имиджевые функции выполняет костюм?
- C5. Назовите стили одежды, известные в имиджелогии.

Б1.О.04.16 Культурология

КИМы

Часть А.

А1. Термин "культурология" для обозначения особой дисциплины, изучающей культуру как "самостоятельную упорядоченность феноменом", - предложил использовать...

1. Отечественный исследователь 1980-х гг. Ю. Лотман
2. Лауреат Нобелевской премии В. Освальд в начале XX в.
3. Автор книги "Первобытная культура" Э. Тайлор
4. Американский антрополог Л. Уайт в 1960-е гг.

А2. Какой аспект человеческой деятельности не изучает культурология?

1. знаково-коммуникативный
2. ценностно-смысловой
3. генетически-хронологический
4. нормативно-регулятивный

А3. Морфология культуры – это

1. Система нормативных отношений
2. Смена культурных образцов
3. Типичные формы и структуры культуры
4. Чувственное представление о мире

А4. Направление культурологии, изучающее языки культуры - это

1. семиотика
2. социология культуры
3. прикладная культурология
4. история культурологических учений

А5. Введение человека в систему разделения труда, знакомство с политическими и социальными нормами, знакомство с языками социальной коммуникации - это...

1. инкультурация
2. самоидентификация
3. воспитание
4. социализации

A6. Как называется культурологический подход, интерпретирующий культуру как систему ценностей, норм и институтов?

1. гносеологический
2. аксиологический
3. онтологический
4. антропологический

A7. Онтология культуры - это...

1. способы поведения в различных социокультурных ситуациях
2. фундаментальные принципы и концепция бытия культуры
3. сравнительный анализ культуры
4. эмпирическое описание культуры

A8. Производство, использование, хранение, трансляция культурных продуктов в коллективной, организованной и планируемой форме осуществляется с помощью ...

1. обычаев
2. культурных норм
3. воспитания
4. культурных институтов

A9. Версия происхождения культуры из игры принадлежит

1. Х. Ортеге-и-Гассету
2. З. Фрейду
3. К. Марксу
4. Й. Хейзинге

A 10. Массовая культура ориентируется

1. на реалистические образы
2. на искусственно создаваемые имиджи и стереотипы
3. на классические образцы искусства
4. на элитарное искусство

Часть В.

B1. Соотнесите термин и определение:

1. Культурология	А) Изучает закономерности культуры и формы их проявления в человеческой деятельности, связанной с созданием, усвоением, сохранением и распространением
------------------	--

	идей, представлений, культурных норм и ценностей, образцов поведения, регулирующих отношения в обществе, а также между обществом и природой.
2. Философия культуры	Б) Рассматривает культуру с некой единой обобщенной точки зрения
3. Социология культуры	В) Исследует реальные факты существования культурных явлений

В2. Соотнесите функцию культурологии и ее определение:

1. Гносеологическая	А) Система норм и требований общества ко всем своим членам во всех областях их жизни и деятельности
2. Аксиологическая	Б) Расширение знаний об окружающем мире и передача их в символической форме из поколения в поколение
3. Регулятивная	В) Культурная регуляция через систему ценностей и идеалов

В3. Соотнесите автора и концепцию культурогенеза

1. Йохан Хейзинга	А) Трудовая
2. Эрнст Кассирер	Б) Игровая
3. Карл Маркс	В) Символическая

В4. Расположите в хронологической последовательности утверждение архитектурных школ на Руси:

- 1) Киевская;
- 2) Московская;
- 3) Новгородская.

В5. Расположите в хронологической последовательности культурно-исторические периоды Античной культуры

1. Архаика
2. Крито-микенский период
3. Эпоха эллинизма

В6. Расположите в хронологической последовательности творчество художников эпохи Возрождения

1. Рафаэль
2. Джотто
3. Тициан

В7. Установите соответствие между исторической эпохой и её характеристикой:

1. палеолит	А) эпоха перехода от присваивающего к производящему хозяйству
2. неолит	Б) эпоха лука и стрел
3. мезолит	В) эпоха появления человека разумного

В8. Установите соответствие между аспектами культуры и их характеристикой.

1) морфология	А) процессы или история культуры
2) функции	Б) прогресс или развитие культуры
3) динамика	В) строение или структура культуры
4) эволюция	Г) действия или влияния культуры

В9. Установите соответствие между термином и определением.

1. фетишизм	А) культ неодушевлённых предметов, наделяемых сверхъестественными свойствами
2. тотемизм	Б) комплекс верований о родстве между группами людей и видами животных, олицетворяющих предков
3. шаманизм	В) одна из ранних форм религии, основанная на представлении о возможности общения с духами через посредника, пребывающего в экстатическом состоянии

В10. Соотнесите термин и определение:

1. Массовая культура	А) создается привилегированной частью общества, либо по ее заказу профессиональными творцами. Она включает изящное искусство, классическую музыку и литературу.
2. Элитарная культура	Б) распространена среди народа, но объектом ее главным образом является современность, жизнь, быт, нравы.
3. Народная культура	В) вид культурной продукции, производимый в больших объемах, рассчитанный на широкую аудиторию низкого и среднего уровня развития.

Часть С.

С1. Кто из русских философов назвал рубеж 19-20 веков культурным ренессансом?

С2. Доминирующий вид искусства эпохи Возрождения – это ...

С3. «Суть ее заключается в эстетическом освоении мира, ядром является искусство, доминирующей ценностью – красота». О каком виде культуры идет речь?

С4. «Культура, направленная на совершенствование телесной основы человека. Сюда входят спорт, медицина, соответствующие традиции,

нормы, действия, формирующие здоровый образ жизни. Главная ценность – здоровье человека». О каком виде культуры идет речь?

С5. Кто написал книгу «Закат Европы»?

Б1.О.04.17 История искусств

Кимы

Часть А.

А1. Исторически сложившиеся формы творческой деятельности, обладающие способностью художественной реализации жизненного содержания и различающиеся по способам ее материального воплощения – это

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| А) субъекты искусства | Б) виды искусства |
| В) объекты искусства | Г) стили искусства |

А2. Горельеф – это

- | | |
|-------------------|------------------------|
| А) высокий рельеф | Б) низкий рельеф |
| В) врезной рельеф | Г) круговая скульптура |

А3. Человек предстает многоплановой личностью со сложным внутренним миром в искусстве

- А) рококо Б) готики В) классицизма Г) барокко

А4. В стиле «классицизм» утверждается

- | | |
|---------------------------------|--------------------------|
| А) героика | Б) камерность композиции |
| В) монументальность конструкций | Г) минимализм |

А5. Искусство рококо сосредоточилось

- | | |
|----------------------------|------------------|
| А) на парковом искусстве | Б) на интерьере |
| В) на загородном искусстве | Г) на литературе |

А6. Идеологами какого направления в искусстве были Мольер и Расин?

- А) Романтизм Б) Барокко В) Классицизм Г) Рококо

А7. «Искусство как наслаждение» - лозунг стиля

- А) Романский Б) Барокко В) Классицизм Г) Рококо

А8. Где построен храм Покрова на Нерли?

- а) Владимиро-Суздальская Русь б) Киевская Русь в) Новгородская Русь

А9. Стил ь искусства, преемственно связанный с греко-римской культурой

А) Романский Б) Барокко В) Готика Г) Рококо

А 10. Найдите ошибку: Искусство XX в. включает в себя такие направления как:

а) футуризм в) дадаизм
б) барокко г) сюрреализм

Часть В.

В1. Соотнесите произведение и страну:

1.«Песнь о моем Сиде»	А) Германия
2.«Песнь о Нибелунгах»	Б)Испания
3.«Песнь о Роланде»	В)Франция

В2. Соотнесите автора и произведение:

1.Мазаччо	А)«Лежащая Венера»
2.Сандро Боттичелли	Б)Роспись капеллы Бранкаччи во Флоренции
3.Тициан	В)«Весна», «Рождение Венеры»

В3. Соотнесите автора и произведение:

1.Леонардо да Винчи	А)«Тайная вечеря»
2.Рафаэль Санти	Б)«Сикстинская мадонна», «Мадонна в зелени»
3.Микеланджело Буонарроти	В)«Вакх»

В4. Расположите художественные произведения в хронологическом порядке

1. «Один день Ивана Денисовича» (Солженицын А.И.)
2. «Жизнь Арсеньева» (Бунин И.А.)
3. «Евгений Онегин» (Пушкин И.А.)
4. «Горе от ума» (Грибоедов А.С.)

В5. Расположи художественные стили в хронологическом порядке:

- 1.Романский стиль
- 2 Классицизм
- 3.Импрессионизм
- 4.Готика

5. Романтизм

В6. Расставь в хронологическом порядке периоды Возрождения:

1. Кватроченто
2. Позднее Возрождение
3. Треченто
4. Дученто
5. Чинквенченто

В7. Соотнесите автора и страну:

1. Лопе де Вега	А) Нидерланды
2. Эразм Роттердамский	Б) Испания
3. Франсуа Рабле	В) Франция

В8. Установите соответствие

1.Символизм	А)И.Бунин, А.Куприн, М.Горький
2.Акмеизм	Б)Д.Бурлюк, В.Каменский, В.Маяковский
3.Реализм	В)Н.Гумилев, О.Мандельштам, А.Ахматова
4.Футуризм	Г)А.Блок, А.Белый, Д.Мережковский

В9. Установите соответствие между термином и определением.

1. импрессионизм	А) В основе лежит стремление художника разложить изображаемый трёхмерный объект на простые элементы и собрать его на холсте в двумерном изображении.
2. кубизм	Б) Являясь разновидностью <u>абстракционизма</u> , выражался в комбинациях разноцветных плоскостей простейших геометрических очертаний
3. супрематизм	В) Представители стремились разрабатывать методы и приёмы, которые позволяли наиболее естественно и живо запечатлеть реальный мир в его подвижности и изменчивости, передать свои мимолётные впечатления.

В10. Соотнесите автора и направление в живописи:

1. Микеланджело Меризи да Караваджо	А) итальянское барокко
2. Питер Пауль Рубенс	Б) фламандское барокко
3. Диего Веласкес	В) испанское барокко

Часть С.

С1. В каких городах находятся музеи:

Эрмитаж _____

Русский музей _____

Прадо _____

Лувр _____

С2. Статуя, представляющая бога Солнца с телом льва и головой человека – это ...

С3. «Объемное художественное произведение, созданное путем резьбы, лепки, высекания, отливки». О каком виде искусства идет речь?

С4. К какому архитектурному стилю имеет отношение данная характеристика: «динамичность, устремленность ввысь; высота зданий от 50 м и выше; стены тонкие, рельефные, увенчанные шпилями; стрельчатые арки; окна частые, украшены витражами; богатый наружный и внутренний декор; тип здания – базилика».

С5. Какое направление искусства характеризует высказывание Ф. Энгельса: "...помимо правдивости деталей, правдивое воспроизведение типичных характеров в типичных обстоятельствах".

Б1.О.04.18 Религиоведение

Кимы

Часть А.

А 1. Особый тип мировоззрения и мироощущения, в основе которого лежит вера в Бога, выражаемая в поведении и культе:

- А) философия
- Б) религия
- В) наука
- Г) искусство

А 2. Ложное вероучение, противостоящее официально признанным канонам и догматам:

- А) благодать
- Б) откровение
- В) ересь
- Г) камлание

А 3. К мировым религиям не относится:

- А) иудаизм
- Б) буддизм
- В) христианство
- Г) ислам

А 4. Знатоки Вед и исполнители обрядов в Др. Индии именовались:

- А) шаманы
- Б) монахи
- В) брахманы
- Г) оракулы

А 5. Какая из мировых религий не носит исключительно монотеистический характер:

- А) христианство
- Б) ислам
- В) буддизм
- Г) иудаизм

А 6. Протестантизм как самостоятельное направление возникает:

- А) в XI веке в результате разделения церквей
- Б) в XIV веке в результате Возрождения
- В) в XV в. во время централизации государств
- Г) в XVI веке в результате Реформации.

А 7. Отказ от иконопочитания, культа святых и Богоматери, упрощение богослужения, возможность толкования Библии характерно для следующего направления христианства:

- А) протестантизм
- Б) католичество
- В) православие
- Г) манихейство

А 8. Основным письменным источником в буддизме является:

- А) Библия
- Б) Коран
- В) Трипитака
- Г) Талмуд

А 9. Какой из предметов в костюме шамана может выполнять следующие функции:

изображать карту миров и служить ездовым животным:

- А) колпак
- Б) рубаха
- В) рог
- Г) бубен

А 10. Вера в кровнородственные отношения с определенным видом животного, растения и явления, это:

- А) анимизм
- Б) фетишизм
- В) тотемизм
- Г) шаманизм

Часть В

В 1. Установите соответствие между религиозными памятниками и их краткими характеристиками:

Памятник культуры	Краткая характеристика
«Житие протопопа Аввакума» (А)	Аравийский п-ов (1)
«Тора» (В)	Митрополит Иларион (2)
«Слово о законе и Благодати» (С)	XVII в. (3)
«Коран» (D)	иудаизм (4)

В 2. Установите соответствие между терминами и религиозными направлениями:

Термины	Религиозные направления
Синто (А)	тэнноизм(1)
Мишна (В)	иудаизм (2)
Дзул-хурал (С)	буддизм (3)
Суннат (D)	ислам (4)

В 3. Установите соответствие между событиями и участниками этих событий:

Событие	Участник события
Церковная реформа XVII в. (А)	Патриарх Никон (1)
Крещение Руси (В)	Алексий I (2)
Смутное время (С)	Князь Владимир (3)
Возрождение патриаршества в России (D)	Патриарх Гермоген (4)

В 4. Установите соответствие между религиозными памятниками и их краткими характеристиками:

Памятник	Краткая характеристика
«Талмуд» (А)	данный памятник создан в I в.н.э. (1)
«Евангилие» (В)	данный памятник создан в VII в. (2)
«Псалтирь» (С)	автор – царь Давид (3)
«Коран» (D)	данный памятник посвящен ветхозаветным событиям(4)

В 5. Установите соответствие между языческими богами и странами:

Событие	Годы
Ра (А)	Месопотамия (1)
Марс (В)	Италия (2)
Велес (С)	Русь (3)
Энки (D)	Египет (4)

В 6. Установите соответствие между религиями и фактами:

Религия	Факты
Православие (А)	Пятикнижие Моисея (1)
Католицизм (В)	Есть рай и ад, но нет чистилища (2)
Протестантизм (С)	Учение М. Лютера (3)
Иудаизм (D)	Есть рай и ад и чистилище (4)

В 7. Установите соответствие между протестантскими течениями и участниками:

Течение	Участник события
Адвентисты (А)	Дж. Смит (1)
Секта мормонов (В)	Г. Фокс (2)
Общество друзей «внутреннего света» (С)	В. Миллер (3)
Свидетели Иеговы (D)	Ч. Руссель (4)

В 8. Установите соответствие между православными святыми и эпохой:

Святые	Эпоха
Серафим Саровский (А)	XI в. (1)
Иоанн Кронштадский (В)	XIV в. (2)
Борис и Глеб (С)	XIX в. (3)
Сергий Радонежский (D)	XX в. (4)

В 9. Установите соответствие между религией и фактами:

Факты	Религия
Разрешено многоженство (А)	протестантизм (1)
Допустим брак с двоюродными братьями и сестрами (В)	иудаизм (2)
Священный день суббота (С)	ислам (3)
Учение о Нирване (D)	Буддизм (4)

В 10. Установите соответствие между религиозными праздниками и религиями:

Праздник	Религия
Пасха (А)	Ислам (1)
Курбан-Байрам (В)	Христианство (2)
Майдари-хурал(С)	Буддизм (3)
Суккот (D)	Иудаизм (4)

Часть С.

С 1. Перечислите количество книг, входящих в иудейскую Тору, приведите их названия? Дайте определение, что такое Тора.

С 2. В Библии этот титул носили представители Синедриона. Адам, Сиф, Енос, Каинан, Малелеил, Иаред, Енох, Мафусаил, Ламех, Ной, Авраам, Исаак, Иаков, Иосиф - объединены этим словом. В России этот титул с 1589 по 1607 год носил Иов. С 1700 до 1917 года этот титул не использовался, т.к. сам институт не действовал. Сейчас, носящий этот титул, имеет первенство чести среди епископата РПЦ и подотчетен Поместному и Архиерейскому Соборам.

Назовите титул, укажите в каких православных церквях он есть (перечислить минимум 5 церквей), назвать имена современных носителей этого титула в РПЦ.

С 3. Вам представлены социологические данные. Сделайте их анализ. Какие религиозные процессы они описывают?

А. Согласно результатам опроса на тему «Религия в светском обществе», выполненного «Агентством социальных технологий «Политех», половина россиян считают, что российское общество изменится в лучшую сторону, если государственные деятели станут руководствоваться принципами религиозной нравственности. Подобного мнения придерживаются не только половина представителей всех традиционных религий, но и каждый третий неверующий россиянин.

• «Раньше в Ленина верили, а теперь ни в кого не верят. Надо хоть в кого-то верить».

• «Закона они не боятся. Может, хоть Бога будут бояться». Как Вы объясните полученные результаты?

С 4. Прочитайте отрывок из одного религиозного памятника. Напишите, к какой религии относится, его название, время создания, краткое содержание.

Во имя Аллаха милостивого, милосердного! (2). Эта книга — нет сомнения в том — руководство для богобоязненных, 2(3). тех, которые веруют в тайное и выстаивают молитву и из того, чем Мы их наделили, расходуют, 3(4). и тех, которые веруют в то, что ниспослано тебе и что ниспослано до тебя, и в последней жизни они убеждены. (21). О люди! Поклоняйтесь вашему Господу, который сотворил вас и тех, кто был до вас, — может быть, вы будете богобоязненны! 20(22). который землю сделал для вас ковром, а небо — зданием, и низвел с неба воду, и вывел ею плоды пропитанием для вас. Не предавайте же Аллаху равных, в то время как вы знаете!

С 5. Напишите краткое описание религии буддизм: основатель, время создания, краткая характеристика течения.

Б1.О.04.19 Брендинг в рекламе и связях с общественностью

Кимы

Часть А.

А1. Метод исследования, с помощью которого изучаются отдельные аспекты поведения людей и их выборы, называется:

- А) историческим;
- Б) бихевиористским;
- В) сравнительным;
- Г) case-study.

А2. Бренд-менеджмент – это...

- А) управление брендом его владельцами и клиентами;
- Б) проектирование бренда;
- В) презентация бренда;
- Г) легитимация бренда со стороны общества.

А3. Жалон – это...

- А) специальный звук, привлекающий аудиторию;
- Б) рекламный носитель в местах продаж, представляющий собой лист картона с изображением товара;
- В) транспарант – растяжка на городских улицах;
- Г) агрессивная раздача промоутерами.

А4. Модель культурного и социального поля Пьера Бурдьё разрабатывалась применительно к:

- А) Германии;
- Б) Италии;

- В) Франции;
- Г) США.

A5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

A6. Что из нижеперечисленного НЕ может относиться к характеристикам наружной рекламы?

- А) реклама часто встречается и привлекает внимание;
- Б) реклама лаконична;
- В) реклама понятна и моментально воспринимается;
- Г) реклама не остаётся в памяти.

A7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
- Б) М. Хайдеггер;
- В) Ф. Котлер;
- Г) А. Камю.

A8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

A9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

A10. Функция управления, призванная устанавливать и поддерживать взаимосвязи, взаимопонимание, и сотрудничество между организацией и её членами; осуществлять управление процессом разрешения проблем или спорных вопросов – это...

- А) менеджмент.
- Б) избирательная кампания;
- В) GR;
- Г) PR.

Часть В.

B1. Установите соответствие метода с его сутью:

1. «Копчёная селёдка»	А) Создание информационной доминанты.
2. «Блеф»	Б) Оперирование несуществующими ресурсами.
3. «Троянский конь»	В) Маскировка проблемы, её камуфлирование.

B2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие бренда и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Remy Martin	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

С1. Придумайте несколько эпитетов к рекламе кофе на вынос.

С2. Школа бихевиориального анализа существовала в американском городе... _____

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. С недавних пор самолёты компании «Аэрофлот» носят имена известных деятелей культуры. Для чего это было сделано?

С5. Что можно назвать именем Анны Ахматовой?

Б1.О.04.20 Социология массовых коммуникаций КИМы

Часть А

А1. Коммуникацией не является

- А) передача услышанных сигналов
- Б) разговор
- В) шум моря
- Г) радиопередача

А2. К составляющим процесса передачи информации не относится

- А) адресат
- Б) эффективность
- В) обратная связь
- Г) действенность информации

А3. Даны 2 утверждения: 1) Системы распространения информации не содержат значимой социальной компоненты 2) Сообщения массовой коммуникации обладают

сложной структурой, однако их подготовка возможна без опоры на современные технологии

- А) верны оба утверждения
- Б) оба утверждения неверны
- В) верно только 1 утверждение
- Г) верно только 2 утверждение

А4. К особенностям массовой коммуникации относится

- А) закрытость
- Б) неограниченный доступ к средствам передачи
- В) малочисленность адресатов и сообщений
- Г) публичный характер

А5. Даны 3 утверждения : 1) СМК изучает отношения между различными институтами 2) СМК анализирует отношения внутри институтов медиа 3) СМК анализирует

отношения между институтами и индивидами

- А) верны утверждения 1, 2 и 3
- Б) верны утверждения 1 и 3
- В) верно только 3-е утверждение
- Г) не верно ни одно утверждение

А6. Автор работы «Общественное мнение» 1922 г.

- А) Дэннис
- Б) Адорно
- В) Липпман
- Г) Хоркхаймер

138

А7. Автор «теории волшебной пули», согласно которой, коммуникация похожа

на волшебную пулю, которую коммуникатор из своего мозга направляет в мозг реципиента, где она незамедлительно изменяет идеи, чувства и, главное, мотивацию, является

- А) Лассвел
- Б) Чичерин
- В) Сорокин
- Г) Маклюэн

А8. Выберите верное продолжение утверждения. До 40-х годов 20 века, как правило считалось, что

- А) Массы являются субъектом, на удовлетворение потребностей которого направлена деятельность медиа
 - Б) Массы являются объектом деятельности медиа
 - В) Массы являются как объектом, так и субъектом деятельности медиа
 - Г) Массы не являются ни объектом, ни субъектом деятельности медиа
- А9. Одним из основоположников теории «минимального эффекта» является
- А) Адорно
 - Б) Лазарсфельд
 - В) Липпман
 - Г) Маклюэн
- А10. Автор концепции удовлетворения потребностей аудитории (массовая коммуникация в своих действиях ориентируется на потребности (ожидания) аудитории)
- А) Дэннис
 - Б) Мертон
 - В) Липпман
 - Г) Берельсон

Часть В

- В1. Автором или издателем монографии «Четыре теории прессы» является.....
- В2. К одной из четырех теорий прессы относится.....
- В3. Согласно какой теории постоянный просмотр телесообщений приводит к выработке у аудитории искаженных представлений о социальной реальности?.....
- В4. В основе какой концепции лежит анализ взаимосвязи массовой и межличностной коммуникации, опирающейся на соотнесение индивидом своего мнения с мнением других людей?.....
- В5. Даны 2 утверждения:
- 1) В настоящее время проблема информационного воздействия на массовую аудиторию приобретает все более и более масштабный характер
 - 2) Вопрос о роли массовой аудитории, то есть, в каком качестве она выступает — в качестве объекта или субъекта информационного воздействия, не является одним из актуальных для исследователей массовой коммуникации. Какое из них верно.....
- В6. Укажите правильный подход к изучению массовой коммуникации.....
- В7. Вставьте пропущенное слово _____ информационной деятельности массовой коммуникации являются частью аудитории, выделившейся из нее по критерию наличия единого интереса, способствующего формированию определенной цели, направленной на аудиторию
- В8. Масса, в отличие от группы.....
- В9. Кто из перечисленных русских ученых не исследовал массовую коммуникацию?.....

В10. Даны два утверждения: 1) На основе анализа массовой коммуникации как объекта исследования социология массовой коммуникации дает прогноз как возможностей и путей его дальнейшего развития, так и прогноз развития общества как целостной системы 2) Понятие «индивид» тождественно понятию «индивидуальность». Какое утверждение верно.....

Часть С

С1. Чисто исторически идея получения рейтингов телепередач нашла свое индустриальное воплощение (была поставлена на поток) с помощью электронного мониторинга, когда единицей наблюдения могла рассматриваться семья, дом, где есть телевизор (первоначально это был дом, где есть один телевизор), поэтому традиционно рейтинг — это процент телевизоров, включенных на интересующей нас передаче, ко всем домам, и только по прошествии некоторого времени в качестве целого стали рассматриваться все телевизоры

С2. В принципе самый простой вариант величины, обозначающей реальную Аудиторию, — это абсолютное число людей, просмотревших ту или иную передачу.

С3. Ваш включенный на определенной передаче телевизор нужно соотнести со всеми телевизорами страны, т. е. получить ответ на вопрос: «Какая часть населения страны сидит в эту минуту перед телевизорами, смотря данный сериал?».

С4. Основное, чем интересуются при этих исследованиях рекламодатели, это характеристики ареала приема сигнала (англ. — coverage), т. е. какова сила сигнала, какие пространства и географические районы он покрывает; и распространенности (англ. — circulation); т.е. размеры потенциальной Аудитории, оказывающейся в зоне приема этого сигнала.

С5. Ранжированный ряд при всем объеме информации, которую он содержит, не сообщает дистанции между местами: между вторым и третьим, пятым и шестым и т. д. И поэтому когда в аналитических, обобщающих материалах фирм используется ранг, то только в сочетании с величиной, характеризующей реальную Аудиторию конкретной передачи (можно себе представить сотни ранжированных рядов на страницах прессы: и списки грампластинок, наиболее ходовых на сегодняшний день, и любимые музыкальные группы молодежи, и т. п.).

Б1.О.04.21 Политология

КИМы

Часть А.

А1. Шарль-Луи де Секонда Монтескье (1689-1755) использовал ... метод для анализа системы власти:

- а) сравнительный;
- б) бихевиоральный;
- в) сравнительно-исторический;
- г) структурно-функциональный.

A2. В каком году в США был создан мировой архив баз данных межуниверситетского консорциума политических и социальных исследований?

- а) 1971;
- б) 1962;
- в) 1967;
- г) 1984.

A3. Автором исследования «Математическая психология войны» (1919) является:

- а) Льюис Фрай Ричардсон;
- б) Моисей Яковлевич Острогорский;
- в) Вильфредо Парето;
- г) Фон Гирке.

A4. Контент анализ – это:

- а) есть системно-числовая обработка, оценка и интерпретация формы и содержания информационного источника;
- б) это процедура, с помощью которой исследователь формирует шкалу и приписывает отдельным случаям оценки на этой шкале;
- в) предполагает одинаковый подход ко всем респондентам;
- г) это метод сбора данных при котором исследователь получает информацию непосредственно от представителей населения, отобранных таким образом, что на основании их ответов можно было бы с достаточной надежностью делать выводы обо всем населении или о каком-то его сегменте.

A5. В постмодернизме политика:

- а) как система коммуникационных и информационных потоков;
- б) способ эмансипации от власти;
- в) рассматривается через призму восприятия политического мира с точки зрения коллективных представлений.

A6. Обосновал идею географического детерменизма:

- а) Рене Декарт;
- б) Юрген Хабермас;
- в) Вольфганг Дойч;
- г) Шарль-Луи де Секонда Монтескье.

A7. Что такое автократия?

- а) власть представителей родовой знати, находящейся в привилегированном положении;
- б) власть народа;
- в) неограниченная власть одного лица;
- г) власть самодержавная, отличающаяся полным произволом властей и бесправием подданных.

A8. Кто первым высказал идею разделения властей:

- а) Шарль Луи де Монтескье;
- б) Джон Лильберн;
- в) Полибий;
- г) Жан-Жак Руссо.

A9. Гаэтано Моска для обозначения элиты вводит термин:

- а) религиозный класс;
- б) средний класс;
- в) креативный класс;
- г) политический класс.

A10. По характеру участия масс в политике выделяют политические процессы:

- а) автономные;
- б) государственные;
- в) мобилизационные;
- г) автократические.

Часть В.

B1. Кто автор работы? Определите соответствие:

- 1) Аристотель а) «Политика»
- 2) Платон б) «О законах»
- 3) Цицерон в) «Государство»

B2. Соотнесите исследования и исследователей:

- | | |
|-----------------------|--|
| а) Аристотель | 1) «Похвала законам Англии» |
| б) Платон | 2) «Афинская полития» |
| в) Джон Фортеस्कью | 3) «Рассуждения о новой декаде Тита Ливия» |
| г) Никколо Макиавелли | 4) «Законы» |

B3. Василий Павлович Пугачев выделял несколько групп методов политических исследований, выберите верные:

- а) общие методы исследования политики;
- б) качественные;
- в) общелогические методы;
- г) специально-научные методы;
- д) методы эмпирического исследования;
- е) социально-гуманитарные методы.

B4. Соотнесите определения:

- а) Polity – 1) соответствует политическому процессу, в котором отражаются сложные, многосубъектные, противоречивые характеристики политической деятельности;
- б) Policy – 2) соответствие формам политики, то есть организованной структуре систем, институтов, организационных и правовых норм, предполагающей устойчивость, стабильность, позволяющих регулировать поведение людей;
- в) Politics – 3) соответствует содержанию политики. Оно выражено в системе ценностей, целях, проблемах, задачах, которые она решает в мотивах и механизмах принятия политических решений.

B5. На основе бихевиоризма разработаны концепции. Соотнесите авторов и названия:

- а) «обмена ресурсами на политическом рынке» 1) Энтони Даунс;
- б) «игровая модель – математическая теория игр» 2) Питер Майкл Блау;

в) «теория рационального выбора» 3) Иоганнес Брамс.

В6. Исследователи выделяют 3 сферы политики (несколько вариантов ответов):

- а) внутренняя политика;
- б) окружная;
- в) внешняя политика (международная);
- г) специальная;
- д) мировая.

В7. Соотнесите понятия:

1. Внутренняя политика	А) это деятельность государства, других политических институтов той или иной страны на международной арене.
2. Внешняя политика	Б) это деятельность государства, политических и общественных организаций, политических лидеров и других субъектов политики во всех сферах жизнедеятельности общества.
3. Мировая политика	В) это совокупная деятельность отдельных государств в сфере международных отношений в рамках мирового политического процесса.

В8. В рамках атрибутивно-субстанциональных концепций власти выделяются следующие. Выберите верные:

- а) системные и структурно-функциональные;
- б) инструментально-силовые;
- в) потенциально-волевые;
- г) коммуникативные;
- д) бихевиористские.

В9. В науке выделяют 3 основные формы становления властной асимметрии и отчуждения или 3 пути политогенеза в развитии человеческой цивилизации. Выберите правильные:

- а) Военный путь;
- б) Индивидуалистский путь;
- в) Правильный путь;
- г) Аристократический путь;
- д) Плутократический путь.

В10. М. Вебер выделяет 3 идеологических типа государства:

- а) традиционное;
- б) харизматическое;
- в) тоталитарное;
- г) теологическое;
- д) рационально-легальное.

Часть С.

С1. По мнению французского политолога Ж. Бурдо «...политическая наука не имеет собственного объекта, она представляет собой лишь более плодотворный метод изучения конституционного права, расширенный угол

зрения на традиционные проблемы публичного права». Его соотечественники Ж.П. Мунье и Ж.П. Кот считают политическую теорию «кровосмесительной дочерью истории и права». Можно ли согласиться с данными утверждениями? Обозначьте Вашу точку зрения по данному вопросу. Приведите свои аргументы.

С2. Представлены два полярных подхода в отношении политологии:

- 1) плюралистический, утверждающий, что политология есть совокупность ряда политических наук – политической философии, политической социологии, политической психологии и т.д.;
- 2) монистический, рассматривающий политологию как самостоятельную, автономную науку.

Какой из предложенных подходов представляется Вам более состоятельным? Объясните свой ответ.

С3. Какие из предложенных определений наиболее полно и точно, по Вашему мнению, отражают объект и предмет политологии. Аргументируйте свой выбор, укажите в чем состоит ограниченность остальных определений:

- Политология – это наука о городе-государстве, управлении им.
- Политология – это наука о развитии, функционировании политической системы общества.
- Политология – это наука о законах развития политической жизни общества, ее содержании, структуре и функциях.
- Политология – это наука, изучающая систему властных отношений и институтов в обществе.
- Политология – это наука о политике.
- Политология – это наука о целях, задачах, содержании, закономерностях и движущих силах политических процессов.
- Политология – это наука, изучающая политическое поведение субъектов политической жизни общества.

С4. Представлен ряд законов общественного развития:

Взаимодействие производства и потребления.

Возрастание роли личности в политической жизни общества.

Становление социально-однородного общества.

Организация политической деятельности посредством правовых, политических, государственных структур.

Создание материально-технической базы социализма и коммунизма.

Выделение главного звена в политической жизни общества.

Многообразие формы взаимодействия социальных субъектов в политических процессах.

Руководящая роль компартии в политической системе общества.

Взаимодействие общества и обособления в процессе формирования личности.

Определите законы, которые изучает политология и обоснуйте свой выбор.

С5. Какие из предложенных понятий входят в категориальный аппарат политологии, а какие являются предметом научения других общественных наук, каких?

Объективный фактор развития.

Великая Французская революция.

Правовое государство.

Гражданское общество.

Субъекты политической жизни общества.

Общественная собственность на средства производства.

Политическая жизнь общества.

Политическое господство и руководство рабочего класса.

Многопартийность.

Политический процесс.

Политические элиты.

Демократический политический режим.

Политический авторитаризм.

Б1.О.04.22 Введение в профессию

Кимы

Часть А

А1. Кто впервые употребил термин «публик рилейшнз»

- а) Джефферсон;
- б) Клинтон;
- в) Блэк.

А2. Что такое реклама

- а) искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;
- б) обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов;
- в) Информационная деятельность, направленная непосредственно на повышение продаж товаров и услуг.

А3. Протореклама – это

- а) прообраз современной рекламы, выраженный в наборе коммуникативных приемов, сложившихся в глубинах культуры;
- б) то же самое что реклама в ее современном значении;
- в) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования.

А4. Сигнал – это

- а) способность некоторых знаковых форм и их сочетаний воздействовать на сознание, эмоции и на подсознание реципиентов;
- б) отзывчивое, сочувственное отношение, выражение солидарности;

в) способ мгновенного привлечения внимания личности или сообщества к какому-либо явлению в целях их побуждения к оперативному действию.

A5. Кем был введен в широкий оборот термин «паблик рилейшнз»

а) Джефферсоном;

б) Летбеттом Ли;

в) Блэком.

A6. Что такое PR?

а) сфера деятельности, связанная с отношениями между социальными группами, сутью которой является определение форм, задач, содержания деятельности государства;

б) искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;

в) информационная деятельность, направленная непосредственно на повышение продаж товаров и услуг.

A7. Кем были сформулированы основные принципы, согласно которым должны строиться связи с общественностью:

а) Джефферсоном;

б) Сократом;

в) С. Блэком.

A8. Назовите объекты PR:

а) PR-агенты, PR-подразделения в организациях и PR-мены;

б) общественное мнение или общественность;

в) политические деятели.

A9. Назовите основное отличие PR и рекламы

а) реклама рассказывает о товаре, а PR – о фирме-производителе;

б) реклама рассказывает о фирме-производителе, а PR – о товаре;

в) нет отличий.

A10. Назовите субъекты PR:

а) PR-агенты, PR-подразделения в организациях и PR-мены;

б) общественное мнение или общественность;

в) реклама.

Часть В

B1. Восстановите последовательность этапов управления информацией.

1.	а) формирование собственного информационного потока;
2.	б) приоритетная поставка информации, информационное партнерство;
3.	в) оптимизация формы и стиля подачи материалов в СМИ;
4.	г) сегментирование информационного потока, манипулирование информацией.

B2. Установите соответствие между разновидностями медиатекстов и их описаниями.

1. Имиджевая статья	а) жанр PR-текста, инициированный субъектом PR, представляет собой текст беседы с первым
---------------------	--

	лицом организации, фирмы, способствующий формированию публичного капитала базисного субъекта;
2. Имиджевое интервью	б) разновидность информационного жанра, сообщение о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги, или о разрешении проблемной ситуации;
3. Кейс-история	в) жанр PR-текста, представляющий актуальную социально значимую проблему, где факты и проблема, положенная в основу материала, а также точка зрения на данную проблему, способствуют формированию или увеличению публичного капитала субъекта PR.

В3. Установите соответствие между жанровыми группами PR-текстов и их описаниями.

1. Оперативно-новостные жанры	а) жанры, сообщающие неоперативную, но актуальную информацию, сопровождающую новостное событие, касающиеся базисного субъекта PR, и предполагающие её анализ, истолкование;
2. Исследовательско-новостные жанры	б) группа жанров, которые оперативно передают ранее не известную общественности информацию;
3. Фактологические жанры	в) сосредоточены на новостном событии, однако информация об этом событии излагается от конкретного лица;
4. Образно-новостные жанры	г) жанры, заключающие в себе элементы логически-рационального анализа представляемых фактов, многоканальность источников информации, особой стилистики, тяготеющие к научному стилю.

В4. Установите соответствие между типами материалов и их описаниями.

1. Новостной пресс-релиз	а) сообщение, содержащее важную новость или полезную информацию для широкой аудитории;
2. Бэкграундер	б) приложение к заявлению, обосновывающее его содержание; в торговле и маркетинге – письмо с напоминанием о чем-либо;
3. Заявление для СМИ	в) информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией: о профиле деятельности, планах, истории организации; изложение содержания документов, описание

	товаров и услуг; статистические данные и т.д.;
4. Меморандум	г) краткий и недвусмысленный документ, призванный объявить или объяснить позицию организации по какому-либо вопросу.

В5. Установите соответствие между моделями PR-деятельности и их описаниями

1. Манипулятивная	а) Широко используются исследовательские методы. От коммуникации выигрывает прежде всего организация, ведущая PR-деятельность;
2. Информативная	б) Используются любые средства с целью привлечения внимания клиентов и давления на них. Клиент рассматривается как пассивный получатель информации;
3. Двусторонняя ассиметричная	в) Информация, предоставляемая клиенту должна быть точной и правдивой, но исключительно позитивной. Негативные факты замалчиваются;
4. Двусторонняя симметричная	г) между организацией и клиентами формируются доверительные отношения, приносящие взаимную пользу.

В6. Восстановите последовательность этапов PR-деятельности, нацеленной на взаимодействие с реальным потребителем.

1.	а) завершение сделки;
2.	б) выявление потребностей покупателя;
3.	в) создание доверительных отношений с клиентом;
4.	г) презентация продукции/услуг.

В7. Установите соответствие между аспектами PR-деятельности и их описанием

1. Управленческий	а) направлена на практическое преобразование социальной реальности, на изменение существующих и формирование новых социальных практики;
2. Социально-практический	б) представляет собой разработку и внедрение конкретных решений по осуществлению PR-кампании;
3. Коммуникативный	в) направлена на создание имиджа и репутации хозяйствующего субъекта, а также положительного общественного мнения у целевой аудитории;
4. Технологический	г) управляет публичной коммуникацией хозяйствующего субъекта.

В8. Соотнесите мероприятия PR и их применение.

1. Встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон	а) круглый стол;
2. Очередной выпуск программы политического обозревателя, обсуждение вопроса о политических партиях	б) брифинг;
3. Встреча представителей управления образования по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях	в) пресс-конференция.

В9. Расположите в правильном порядке этапы рекламной кампании.

1.	а) разработка рекламных материалов;
2.	б) анализ эффективности рекламной кампании;
3.	в) предварительные исследования;
4.	г) медиапланирование и оптимизация;
5.	д) реализация разработанной программы;
6.	е) разработка стратегии.

В10. Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема.

1.	а) составление списка гостей и рассылка приглашений;
2.	б) составление меню;
3.	в) написание сценария;
4.	г) определение формы приема;
5.	д) подготовка речи и определение очередности выступающих.

Часть С

С1. Назовите основные должностные обязанности специалиста по связям с общественностью?

С2. Попробуйте сформулировать основные отличия PR от рекламы.

С3. Перечислите основные инструменты PR.

С4. В чем, по Вашему мнению, состоят различия между PR и пропагандой?

С5. Опишите стилистические особенности материалов для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.

Б1.О.04.23 Социология

Кимы

Часть А.

А1. Социология как научная дисциплина начинает формироваться в:

- а) начале 19 в.;
- б) середине 19 в.;
- в) конце 19 в.;
- г) начале 20 в.

А2. Среди уровней социологического знания различают:

- а) теоретический и эмпирический;
- б) базовый и средний;
- в) высший и низший;
- г) теоретический и прикладной.

А3. Основополагающими понятиями в процессе определения предмета социологии являются:

- а) статусы и роли;
- б) группы и страты;
- в) права и обязанности;
- г) классы и политические партии.

А4. Социология как научная дисциплина относится к группе наук:

- а) гуманитарных;
- б) социально-экономических;
- в) эмпирических;
- г) рациональных.

А5. Циклический тип развития общества впервые подробно описал:

- а) Д. Белл;
- б) Н.Я. Данилевский;
- в) К. Маркс;
- г) О. Шпенлер.

А6. Создателем теории социальной стратификации и социальной мобильности является:

- а) К. Маркс;
- б) П.А. Сорокин;
- в) Э. Дюркгейм;
- г) М. Вебер.

А7. Основная задача социологического исследования состоит в том, чтобы:

- а) изменить социальную реальность;
- б) дать характеристику различным социальным фактам;
- в) предсказать будущее;
- г) помочь избирателям сделать осознанный выбор на предстоящих выборах различного уровня.

А8. Метод, предполагающий наблюдение за жизнью и деятельностью людей и отсутствие вмешательства в эту деятельность или участия в ней, называется:

- а) наблюдение;

- б) моделирование;
- в) эксперимент;
- г) анкетирование.

А9. Учение о трёх стадиях развития общества разработал:

- а) О. Конт;
- б) К. Маркс;
- в) М. Вебер;
- г) Р. Арон.

А 10. Классификацию обществ по способу производства (формационный подход) предложил:

- а) О. Конт;
- б) К. Маркс;
- в) М. Вебер
- г) Д. Белл.

Часть В.

В1. Соотнесите понятие и его определение:

1. Традиционное общество	А) Ведущее место начинает занимать производство информации и сфера услуг, происходит маргинализация индустриальных центров и регионов
2. Индустриальное общество	Б) Большая часть населения занята производством продуктов питания, сохраняется низкий уровень мобильности, в обществе доминирует религиозное сознание
3. Постиндустриальное общество	В) Массовое использование машин и новых источников энергии, урбанизация, вовлечение женщины в общественное производство, разрушение религиозного сознания

В2. Установите соответствие подхода к анализу общественных явлений с именами их сторонников:

1. Следует выявлять социальный феномен как таковой, не допускать экономического или психологического редуccionизма	А) М. Вебер
2. Следует анализировать экономическую основу жизни общества как основной источник всех его исторических преобразований	Б) К. Маркс
3. Следует в равной мере учитывать как влияние экономики на политику и культуру, так и влияние социально-культурных факторов на развитие экономики	В) Э. Дюркгейм

В3. Установите соответствие этапа в истории марксизма и основных направлений научного поиска К. Маркса и Ф. Энгельса:

1. 40-е гг. 19 в.	А) Открытие материалистического понимания истории
2. 50-70-е гг. 19 в.	Б) Обоснование сложного, опосредованного соотношения базисных и надстроечных явлений в жизни общества
3. 80-90-е гг. 19 в.	В) Поиск закономерностей экономического развития и обусловленного им процесса смены политических и культурных форм общественной жизни

В4. Установите соответствие понимания источников общественного развития и эпох, в продолжение которых они доминировали:

1. Объективные потребности экономического развития, осознание социальными группами своих интересов	А) сер. 18 – нач. 19 вв.
2. Необходимость гармонизации различных сторон общественной жизни в масштабах отдельных государств и человечества в целом	Б) сер. 19 – нач. 20 вв.
3. Осознание человеком своего права и возможности определять общественные отношения, философское и научное познание, распространение образования	В) сер. 20 – нач. 21 вв.

В5. Установите соответствие этапа в общественном развитии и его характеристики:

1. Разведывательное исследование	А) Получение сведений для исчерпывающего представления изучаемого явления
2. Описательное исследование	Б) Получение оперативной информации для выявления отношения к актуальным событиям
3. Аналитическое исследование	В) Установления важнейших причинно-следственных связей в изучаемом объекте

В6. Укажите правильный вариант последовательности действий в ходе социологического исследования:

- а) выбор методов – постановка проблемы и цели – построение модели исследования – анализ информации;
- б) построение модели исследования – выбор методов – анализ информации – постановка проблемы и цели;
- в) постановка проблемы и цели – построение модели исследования – выбор методов–анализ информации;

г) постановка проблемы и цели – выбор методов – построение модели исследования – анализ информации.

В7. В качестве исторической предпосылки возникновения идеи социологии как науки об обществе выступает:

- а) укрепление авторитета науки;
- б) становление однородного в правовом отношении буржуазного общества;
- в) возникновение пролетариата и обострение классовых противоречий;
- г) урбанизация.

В8. Из представленных утверждений А и Б корректными являются:

А. Социолог в ходе исследования не должен допускать влияния собственных политических и ценностных убеждений на процесс и результат исследования;

Б. Социолог может использовать собственные политические и ценностные убеждения в качестве стимула проведения исследования, не допуская их влияния на его ход и подведение итогов;

- а) верны А и Б;
- б) верно только А;
- в) верно только Б;
- г) оба утверждения являются некорректными.

В9. Среди важных причин социальных конфликтов отсутствует борьба за:

- а) территории;
- б) нравственные принципы;
- в) ресурсы;
- г) ценности.

В10. Среди типов социальной мобильности отсутствует:

- а) межпоколенная;
- б) горизонтальная;
- в) вертикальная;
- г) стадильная.

Часть С.

С1. Автор термина «Социология» является: _____

С2. Важнейший труд К. Маркса, в котором даётся анализ экономической основы жизни буржуазного общества, называется:

С3. Философское направление, в рамках которого возникла идея создания социологии как достоверной науки об обществе:

С4. Специальное исследование роли эволюции религиозного сознания в становлении буржуазного общества предпринял:

С5. Выявление социальных феноменов как важнейшей составляющей социологического метода считал устанавливал:

Часть, формируемая участниками образовательных отношений
МОДУЛЬ 5 "Реклама и связи с общественностью в социальной сфере"
Б1.В.01.01 СМИ как инструмент PR в организациях социальной сферы

Кимы

Часть А

А1. Из перечисленного к числу направлений PR-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

А2. Из перечисленного к числу направлений PR-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

А3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

А4. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации PR:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет PR-подразделения

А5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

А6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами
- в) напротив хозяев

А7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

А8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

А9. Интервью:

- а) художественное описание работы фирмы
- б) обзор событий
- в) беседа в форме вопросов и ответов

А10. PR-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
- б) вице-президент по связям с общественностью
- в) менеджер по связям с общественностью

Часть В

В1. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью PR-проекта было:

- а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования
- б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика
- в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

В2. Управленческая компетенция специалиста PR предполагает:

- а) владение иностранными языками
- б) знание математических методов обработки информации
- в) стратегическое мышление

В3. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, PR-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:

- а) налаживать тесное сотрудничество с властями
- б) применять научные методы изучения общественного мнения
- в) распространять информацию об организации

В4. Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», – это средство финансовых коммуникаций:

- а) экономическое обозрение
- б) корпоративная брошюра
- в) годовой отчет компании

В5. Основной недостаток подчинения PR-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:

- а) руководитель PR-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации
- б) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному

подразделению, а ко всей организации

в) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

В6. Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации:

а) повысить эффективность коммуникаций

б) добиться роста банковских кредитов

в) снизить себестоимость продукции

В7. Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных ПР-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

а) 28

б) 108

в) 90

В8. Контроль исполнения решений, разработанных и принятых взаимодействующими партнерами, проводится на следующем этапе механизма взаимодействия госструктур и общественных объединений:

а) четвертом

б) третьем

в) пятом

В9. Движение от базового состояния субъектов взаимодействия и их отношений к результату, сокращающему разрыв между базовым состоянием и целью, есть план:

а) рабочий

б) перспективный

в) предварительный

В10. Разного вида «мозговые атаки» в основной части переговоров используются для нахождения наиболее приемлемого:

а) автора, подающего идею

б) маркетингового проекта

в) варианта решения

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Организации и частные лица, участвующие в продвижении товара от производителя к покупателю_____

С2. Перевод, озвучание и замена визуальных элементов иностранного рекламного ролика (замена этикетки товара в визуальном ряде видеоролика, переозвучание _____ другими _____ актерами _____ и т.д.)_____

С3. Четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, удобная для восприятия _____ и запоминания_____

С4. Любые слова, наименования, символы или их сочетание, принятые и используемые производителем или коммерческой организацией для обозначения своих товаров и дифференциации их от товаров, производимых _____ или _____ реализуемых _____ другими компаниями_____

С5. Процесс создания брэнда в результате использования всех форм продвижения товара (услуги).

Б1.В.01.02 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Кимы

Часть А

А1. Назовите наиболее характерный для крупных компаний подход к организации PR-отдела:

- А) компания нанимает специалистов сторонней PR-фирмы;
- Б) компания образует собственный PR-отдел;
- В) компания одновременно использует услуги сторонней PR-фирмы и собственного PR-отдела.

А2. Аутсорсинг означает ...

- А) передачу выполнения ряда функций сторонним организациям;
- Б) возврат субвенций государственным учреждениям;
- В) взаимодействие пресс-службы с электронными СМИ;
- Г) проведение аналитических исследований;
- Д) ограничение сферы деятельности пресс-службы.

А3. Пресс-тур – это:

- А) поездка, организуемая для журналистов на бесплатной основе с целью продвижения организации,
- Б) туристическая поездка, в которой наряду с простыми клиентами принимают участие известные журналисты,
- В) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы сделать это место более привлекательным,
- Г) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы получить в СМИ отклики журналистов,
- Д) поездка сотрудников отдела СО в какое-либо место, организуемая для того, чтобы получить в СМИ отклики журналистов.

А4. Что такое Лид?

- А) фоновая информация о событии,
- Б) первый абзац пресс-релиза,
- В) потенциальный клиент,
- Г) броский, яркий заголовок пресс-релиза,
- Д) лидер общественного мнения.

А5. Задача подготовки буклетов, бюллетеней, альбомов, освещающих деятельность организации, обеспечивает реализацию ... функции отдела рекламы и СО.

- А) информационной;
- Б) аналитической;
- В) координационной;
- Г) прогностической;

Д) коммуникативной;

А6. Выступление перед журналистами СМИ по свежим следам важных событий, в котором сообщение носит односторонний характер.

А) пресс-прием;

Б) брифинг;

В) пресс-тур;

Г) пресс-ланч;

Д) пресс-конференция.

А7. Проведение встреч, «круглых столов» с представителями бизнеса, общественных организаций, политических организаций и руководителей органов власти, обеспечивает реализацию ... функции отдела рекламы и СО:

А) информационной;

Б) аналитической;

В) координационной;

Г) коммуникативной.

А8. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» был принят в:

А) 1975 г.;

Б) 1985 г.;

В) 1991 г.;

Г) 1996 г.;

Д) 2001 г.

А9. Пресс-клиппинг – это ...

А) подбор публикаций в печатных СМИ и Интернете в которых упоминается определенная организация или персона;

Б) написание специальных материалов с целью привлечения внимания СМИ;

В) проведение специальных событий с целью привлечения внимания СМИ;

Г) одно из средств управления корпоративным имиджем.

А10. Письменные материалы, потенциально полезные для СМИ по поводу определенного события, формируются в папку, которая называется

А) пресс-релиз;

Б) медиа-карта;

В) годовой отчет;

Г) пресс-кит;

Д) бэкграундер.

Часть В

В1. Выявите соответствие между видами деятельности и их описаниями.

1. Копирайтер	а) занимается исследованием рынка;
2. Контакттор	б) непосредственно работает с заказчиком;
3. Арт-директор	в) пишет рекламные тексты;
4. Маркетолог	г) отвечает за визуальное оформление рекламы.

В2. Соотнесите понятия и определения.

1. Медиарелейшенз	а) создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках кого-либо, чего-либо;
2. Медийный капитал	б) сумма всех положительных упоминаний об организации в СМИ, позволяющая ей пользоваться определенным кредитом доверия общественности;
3. Репутация	в) форма отношений государственных и коммерческих PR-структур со СМИ, с целью поддержания имиджа и репутации организации или первого лица;
4. Имидж	г) целенаправленно сформированный облик, образ фирмы, товара, услуги.

В3. Завершите предложение.

Целенаправленный поиск или сбор спонсорских средств: для осуществления социально значимых проектов, программ и акций или поддержки социально значимых институтов – это ...

В4. Завершите предложение.

Комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых рекламодателем с использованием различных видов рекламы и средств ее распространения – это ...

В5. Завершите предложение.

Краткое конспективное изложение основных значимых характеристик предстоящей рекламной кампании – это ...

В6. Завершите предложение.

Процесс придания особого смысла товару, делающий этот товар различимым на рынке и в его товарной категории – это ...

В7. Завершите предложение.

Добавленная стоимость, которой торговая марка наделяет товар, – это ...

В8. Завершите предложение.

Нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда – это ...

В9. Завершите предложение.

Документ, в котором сотрудник, указывает, сколько именно времени он потратил на выполнение различных заданий называется ...

В10. Завершите предложение.

Специалист, привлекаемый для выполнения определенного объема работы без заключения долговременного договора с работодателем – это ...

Часть С

С1. Из нижеуказанных организационных мероприятий выделите три наименее свойственные для деятельности отдела рекламы (рекламного агентства). Обоснуйте Ваш выбор. 1. Исследование рынка сбыта конкретной продукции. 2. Изучение продукции с точки зрения ее конкурентоспособности. 3. Анализ мотивов покупателей и исследование методов воздействия на спрос. 4. Оценка эффективности сбытовой политики заказчика. 5. Разработка рекламной программы на основе задания заказчика. 6. Разработка и изготовление различных видов рекламы. 7. Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы. 8. Покупка места и времени в средствах массовой информации, т.е. размещение рекламы. 9. Разработка и проведение программ PR. 10. Организация и проведение выставок, семинаров, презентаций, ярмарок. 11. Исследования по оценке эффективности рекламы. 12. Координация действий участников рекламного процесса. 13. Консультационные услуги.

С2. Как Вы считаете, в каких случаях специалист по PR не должен отвечать на вопрос представителя СМИ?

С3. Творческая деятельность отдела может быть представлена как серия осуществляемых проектов. Назовите основные характеристики проекта в сфере рекламы и PR.

С4. Каковы на Ваш взгляд, особенности форм мотивации работников, занимающихся творческой деятельностью?

С5. В чем состоят основные задачи управления рисками в работе отдела по рекламе и связям с общественностью?

Б1.В.01.03 Пресс-служба: организация деятельности

Кимы

Часть А

А1. В нашей стране пресс-службы в современном их значении возникли:

- а) в 1970-х гг.;
- б) в 1980-х гг.;
- в) в 1990-х гг.

А2. Первые пресс-службы были организованы:

- а) в органах государственной власти;
- б) в общественных организациях;
- в) в коммерческих организациях.

А3. Руководитель пресс-службы подчиняется в своей деятельности:

- а) начальнику отдела кадров;
- б) руководителю учреждения или предприятия;
- в) общему собранию трудового коллектива.

А4. Функциями пресс-секретаря являются:

- а) информирование СМИ о деятельности организации;
- б) организация брифингов, пресс-конференций;
- в) подготовка информационных материалов, касающихся деятельности организации;
- г) все вышеперечисленное.

А5. Текст публичного выступления руководителя организации составляет:

- а) пресс-секретарь;
- б) спичрайтер;
- в) копирайтер.

А6. Пресс-конференция – это....

- а) общение руководителя организации с одним журналистом;
- б) общение руководителя организации с представителями одного СМИ;
- в) общение руководителя организации со многими представителями разных СМИ.

А7. Аккредитация – это:

- а) оформление журналистов для участия в пресс-туре;
- б) допуск журналистов к работе в каком-либо учреждении;
- в) наказание для журналистов за нарушение Закона «О СМИ».

А8. Журналистский пул – это...

- а) список журналистов, не допущенных на специальные мероприятия для прессы;
- б) группа журналистов, аккредитуемых для работы при какой-либо организации;
- в) перечень журналистов, отобранных для участия в брифинге.

А9. Брифинг отличается от пресс-конференции тем, что:

- а) в нем участвует ограниченное число журналистов;
- б) во время его проведения не задают вопросов;
- в) во время его проведения журналисты имеют свободный доступ к его участникам.

А10. Пресс-служба в организации, как правило, функционирует на правах:

- а) отдела;
- б) спецподразделения;
- в) вспомогательной службы.

Часть В

В1. Завершите предложение.

Присутствие товара в кадре программы или фильма, включение товара в сюжет с комментариями и обыгрыванием – это ...

В2. Восстановите последовательность процесса организации медиарелейшен.

1.	а) реализация плана;
2.	б) тактическое планирование;

3.	в) анализ и коррекция плана;
4.	г) ситуационный анализ;
5.	д) стратегическое планирование.

В3. Установите соответствие между элементами модели SMART и характеристиками цели медиарилейшнз.

1. S	а) отношение в поставленной проблеме;
2. M	б) своевременность;
3. A	в) дистижимость;
4. R	г) конкретность;
5. T	д) измеряемость.

В4. Установите соответствие между базовыми PR-текстами и их описанием.

1. Пресс-релиз	а) краткое сообщение, повествующее о предстоящем событии, главная задача которого – привлечь внимание СМИ новой информацией о компании;
2. Бэкграундер	б) статья, представляющая должностное лицо в качестве эксперта, высказывающего свое мнение по конкретной проблеме;
3. Факт-лист	в) короткий документ, отражающий профиль организации. должностного листа, события;
4. Байлайнер	г) информация об истории компании, подборка дополнительной информации об организации или событии.

В5. Завершите предложение.

Встреча официальных лиц с представителями широкого круга средств массовой информации с целью информирования общественности по актуальным вопросам – это ...

В6. Установите соответствие между формами событийного маркетинга и их описаниями.

1. Trade events	а) специальные мероприятия, обеспечивающие продвижение социального имиджа компании;
2. Corporate events	б) мероприятие для партнеров, клиентов, дилеров и проч., включающее развлекательную составляющую;
3. Special events	в) внутрикорпоративные мероприятия (совместный отдых, юбилеи и т.д.), позволяющие донести идеи компании до сотрудников, а также служащие инструментов внешнего продвижения.

В7. Установите соответствие между формами событийного маркетинга и их описаниями.

1. Ярмарка	а) показ достижений, как правило – в области искусства;
2. Фестиваль	б) съезд международного характера;
3. Конгресс	в) повторяющаяся распродажа товаров, иногда с ограничениями на определенный сезон, товар и тематику;
4. Прием	г) торжественное событие с участием приглашенных лиц, предполагающее угощение.

В8. Завершите предложение.

Представление общественности чего-то нового (продукта или услуги, общественной организации, проекта или достижения в какой-либо области) – это ...

В9. Завершите предложение.

Совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом – это ...

В10. Завершите предложение.

Текст, являющийся стандартной заметкой, но содержащий еще и рекламную информацию и акцентирующей внимание на организации, товаре или услуге – это ...

Часть С

С1. Назовите основные функции ответственного за связь с прессой.

С2. Назовите основные цели, которых позволяет достичь презентация.

С3. Представьте, что Вы должны организовать маркетинговое событие (например, презентацию и прием). Что именно в этом случае Вы должны будете проконтролировать и о чем позаботится для успешного осуществления мероприятия?

С4. Представьте, что Вы проводите презентацию и во вступлении к ней должны привлечь интерес публики к теме события. Какими средствами этого можно добиться?

С5. Назовите наиболее существенные, с Вашей точки зрения, требования к тексту пресс-релиза. На что бы Вы в первую очередь обратили внимание при его составлении?

Б1.В.01.04 Реклама в конвергентных медиа

КИМы

Часть А

А1. Проект - это...

Выберите один правильный ответ

- а) деятельность по созданию изделия или модели изделия;
- б) творческая деятельность, направленная на достижение определённой цели, решение какой-либо проблемы;
- в) результат какой-либо деятельности-проектирования;

А2. Проектирование называется...

Выберите один правильный ответ

- а) процесс определения архитектуры, компонентов, интерфейсов и других характеристик системы или её части;
- б) деятельность по созданию материального образа разрабатываемого объекта;
- в) подготовка комплекта проектной документации, а так же сам процесс создания проекта.

А3. Проектная деятельность – это...

Выберите один правильный ответ

- а) это познавательная, учебная, исследовательская и творческая деятельность;
- б) деятельность по созданию нового нужного изделия, новой услуги.
- в) овладение оперативными знаниями;

А4. Творческая деятельность, направленная на достижение цели будет успешна, если мы будем придерживаться определенных правил.

Выберите несколько верных ответов

- а) Имеет начало и конец во времени;
- б) Работать можно столько, сколько нужно, что бы достичь результата;
- в) Решать проблемы нужно быстро, но качественно;
- г) Решать проблемы нужно опираясь на свой опыт;
- д) В процессе работы отвечать на вопросы, поставленные учителем;

А5. Где брать идеи для своих творческих проектов?

Выберите несколько верных ответов

- а) из учебника;
- б) списать у друга;
- в) в ГДЗ;
- г) в сети Интернет;
- д) спросить у учителя;
- е) из дополнительной литературы.

А6. Творческий проект можно выполнять:

Выберите несколько верных ответов.

- а) только индивидуально;
- б) только в группе;
- в) индивидуально;
- г) коллективно;
- д) только в группе;

е) только коллективно.

А7. Установите, к какому этапу работы над творческим проектом относятся перечисленные виды деятельности.

Разработка конструкции

Подбор материалов и инструментов

Организация рабочего места

Изготовление изделия

Подсчёт затрат на изготовление изделия

Б

Технологический

2

Контроль качества изделия

Испытания изделия

Анализ изделия

Защита проекта

В

Заключительный

3

Выбор темы

Обоснование потребности

Формулировка требований

Разработка вариантов изделия

Выбор лучшего варианта изделия

Ответ: А-_____, Б-_____, В-_____.

А8. Установите последовательность этапов работы над творческим проектом.

а) аналитический этап;

б)подготовительный;

в) технологический.

Ответ: 1 -_____, 2 -_____, 3 -_____.

А9. Установите последовательность нашей деятельности в процессе работы над проектом.

а) исправлять ошибки;

б) выдвигать идеи и выполнять эскизы;

в) подбирать материалы и инструменты;

г) подсчитывать затраты;

д) оценивать свою работу;

е) организовывать своё рабочее место;

ж) изготавливать вещи и готовить блюда своими руками

А10. План мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в определённый промежуток времени

Выберите один правильный ответ

а) Исследование

- б) Проект
- в) Гипотеза

Часть В

- В1. Сущность журналистской профессии, ее роль в жизни социума
- В2. Специфика различных видов СМИ
- В3. Сущность журналистской деятельности как многоаспектной: индивидуальной и коллективной, текстовой и внетекстовой.
- В4. Природы современных медиатекстов, принципы их создания и редактирования
- В5. Особенность новостного текста, его содержательная и структурно-композиционная специфика
- В6. Роль аудитории в потреблении и производстве массовой информации
- В7. Особенность работы журналиста в условиях медиаконвергенции
- В8. Авторская деятельность -
- В9. Производственно-технологическая деятельность—
- В10. Термин конвергенция.....

Часть С

- С1. Конвергенция – процесс интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс
- С2. Термин конвергенция является полисемантическим, что подразумевает неоднозначность его трактовки в зависимости от того, на каком уровне осуществляется сближение компонентов медиа
- С3. Конвергенция представлена, в первую очередь, на технологическом уровне – в данном случае можно говорить как о появлении новых высокотехнологичных устройств, позволяющих журналистам оперативно собирать и обрабатывать информацию
- С4. Конвергентные процессы в современной журналистике дают возможность объединять разные типы подачи информации (аудио, видео, текст, гипертекст) в рамках одной публикации.
- С5. Уровень конвергенции наблюдается в процессе слияния различных жанров журналистики: обычной становится ситуация, когда традиционные жанры публицистики (очерк, репортаж, интервью, полемическая или аналитическая статья и др.) «гибридизируются», теряют четкие границы между собой, что приводит к преобладанию в «новых» медиа текстов комбинированного типа.

Б1.В.01.05 Связи с общественностью в кризисных ситуациях

Кимы

Часть А

А1. Связи с общественностью или Паблик Рилейшнз (PR, Public Relation)
- это ...

А) одна из наиболее интенсивно развивающихся функций менеджмента и быстро растущая сфера маркетинговых коммуникаций;

Б) наука, искусство, совокупность методов, приёмов, технологий, используемых субъектом для достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации;

В) усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот;

Г) все варианты верны.

A2. "PR - коммуникативный менеджмент", кто является автором данного определения?

А) С. Блэк; В) Э. Бернайз;

Б) Б. Ерёмин; Г) И. Алёшина.

A3. Верно ли утверждение:

Основная задача СО - налаживание отношений между различными аудиториями, зачастую противоположными по своим интересам и задачам.

А) Верно;

Б) Неверно.

A4. Кто впервые употребил термин "public relations"?

А) Т. Джефферсон; В) Э. Бернайз;

Б) И. Кант; Г) С. Блэк.

A5. Верно ли утверждение:

PR связаны с краткосрочной продажей товара, это реклама недалекого действия.

А) Верно;

Б) Неверно.

A6. Кто написал первую книгу по PR "Кристаллизация общественного мнения"?

А) И. Алёшина; В) С.Блэк;

Б) Х. Берсон; Г) Э Бернайз.

A7. В каком году в Лондоне была открыта Международная Ассоциация PR?

А) 1930; В) 1943;

Б) 1955; Г) 1932.

A8. В какой эпохе, по мнению В. Кузнецова, обнаруживаются генетические формы связей с общественностью?

А) палеолит; В) энеолит;

Б) неолит; Г) мезолит.

A9. Как звали знаменитых античных ораторов, прославившихся своими яркими речами?

А) Аристотель, Платон; В) Сократ, Демосфен;

Б) Цицерон, Плиний; Г) Перикл, Тиберий Грахт.

A10. Верно ли утверждение:

Эпистолография - это образцы посланий: дружеские, дипломатические, бытовые.

А) Верно

Б) Неверно

Часть В

В1. Укажите верное суждение:

А) В период Нового времени особое значение начинает приобретать «магия имени»;

Б) В период нового времени устанавливается в современном виде жанровая система коммуникативного сообщения;

1) Верно только А;

2) Верно только Б;

3) Оба суждения верны;

4) Оба суждения неверны.

В2. Важную роль в процессе возникновения США сыграли:

А) городские митинги;

Б) выступления известных политиков;

В) восстания американских колонистов;

Г) печатные издания.

В3. Кто в 1776 г. опубликовал 50-страничный памфлет «Здравый смысл»?

А) Самюэль Адамс;

Б) Томас Пейн;

В) Артур Пейдж;

Г) Айви Ли.

В4. Самюэль Адамс боролся за:

А) распад американских колоний;

Б) влияние Британской империи на американские колонии;

В) подавление активности американских колонистов;

Г) независимость американских колонистов от Британской империи.

В5. Сколько ежедневных газет выходило в крупных городах США к началу 1800 г.?

А) одна; В) три;

Б) две; Г) четыре.

В6. Содержание газет XIX века составляло?

А) повседневные проблемы народа;

Б) коммерческие и деловые новости, политические дебаты, официальные сообщения;

В) новости торговли;

Г) рекламные объявления.

В7. Имя первого пресс-агента состоящего на службе у президента США Э. Джексона?

А) Айви Ли; В) Эмос Кендалл;

Б) Т. Джефферсон; Г) Э. Бернайз.

В8. У какого президента США состоял на службе первый пресс-агент Эмос Кендалл?

А) Б. Франклина; В) Д. Вашингтона;

Б) Э. Джексона; Г) Д. Кеннеди.

В9. В каком году появился пресс для печати?

А) в 1800г; В) в 1850г;

Б) в 1856г; Г) в 1830г.

В10. Какое событие послужило предпосылкой производства дешёвой газеты в XIX в.?

А) развитие технологий печати;

Б) снижение спроса у читателей;

В) массовость издания;

Г) неграмотность населения.

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Определение на основе маркетинговых исследований наиболее **верного и эффективного образа** товара/услуги в конкурентном ряду, который доводится целевой аудитории в ходе мероприятий по продвижению товара. Ключевой и наиболее важный (наряду с сегментированием рынка) этап рекламной кампании _____

С2. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке _____

С3. Осознанные или неосознанные нужды потребителя участвующие в принятии им решения о совершении покупки _____

С4. Систематический сбор информации о конкретном рынке или сегменте рынка, включая его размеры, состав, структуру и т.д. _____

С5. Короткое рекламное обращение или рекламный ролик, вставляемый между теле- и радиопрограммами, продолжительностью от 10 до 60 секунд _____

Б1.В.01.06 Творческие мастерские

Кимы

Часть А.

А 1. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

а) потребители; б) рекламораспространители; в) рекламодатели; г) целевые аудитории.

А 2. Связь рекламы с маркетингом заключается в:

а) атрибутах товара (услуги); б) продвижении; в) целях и задачах дисциплины; г) объекте воздействия.

А 3. Исторически первая форма массовой рекламы: а) рекламные сувениры; б) реклама в газетах; в) печатная реклама; г) наружная реклама.

А 4. Рекламой является:

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

А 5. Прямая реклама использует следующие формы:

а) письма, открытки; б) каталоги, проспекты; в) рекламные ТВ-ролики; г) календари.

А 6. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

а) стимулирование покупки; б) информирование о местах продажи; в) формирование потенциальных потребителей; г) стабилизация круга покупателей.

А 7. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы: а) информативная реклама; б) побудительная реклама; в) напоминающая реклама; г) сравнительная реклама.

А 8. Логотип – это:

а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);
б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);
в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

А 9. Рекламный слоган – это:

а) стихотворная форма рекламного обращения;
б) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;
в) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;
г) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.

А 10. На информационном листе не размещается: а) фирменный знак; б) логотип; в) атрибуты фирменной символики; г) атрибуты адресата

Часть В

В 1. Укажите, какие решения принимаются при работе над рекламным обращением:

а) формирование идеи обращения; б) составление слогана; в) исполнение обращения; г) составление сметы расходов; д) оценка и выбор вариантов обращения.

В 2. Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:

а) увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги; б) воспитание в человеке разумных потребностей; в) анализ конкурентов; г) обеспечение бесперебойного сбыта производственной продукции; д) формирование спроса на продукцию.

В 3. Установите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:

а) проявление эмоций; г) поддержание интереса; б) убеждение; д) действие (совершение покупки); в) привлечение внимания; е) принятие решения.

В 4. Основные функции рекламы

А) Психологическая

Б) Экономическая

В) Политическая

Г) Маркетинговая

В 5. Что относится к некоммерческой рекламе?

А) Товарная реклама

Б) Социальная реклама

В 6. Кто является основоположником психологии рекламы?

А) Е.Зарецкая

Б) В. Шуванов

В) В. Скотт

В 7. Верно ли утверждение : «Если бы не было противоречий – не было бы развитий»

А) Да, верно

Б) Нет, неверно

В 8. Социальное сравнение подразумевает:

А) ориентация субъектов соответствовать высоким оценкам

Б) сравнение субъектом себя с другими субъектами

В) выбор субъектом средств саморекламы

В 9. Основная задача рекламы:

А) развивать человека как личность

Б) стимулирование сбыта

В 10. Что относится к психическим процессам:

А) Ощущение

Б) Память

В) Нет правильного ответа

Часть С

1. Охарактеризуйте с точки зрения рекламы современный логотип Ельца



ЭЛЕЦ

2. Разработайте концепцию плаката для рекламы специальности «Реклама и Связи с общественностью».
3. Реклама в эстетической среде современных городов. На примере своего родного города.
4. Разработайте проект концепции социальной рекламы, направленной на укрепление семейных ценностей. Определите основные каналы рекламной коммуникации и рекламные носители.
5. Разработайте проект концепции социальной рекламы, направленной на охрану окружающей среды. Определите основные каналы рекламной коммуникации и рекламные носители. Условие: В России объём выбрасываемого отходного материала населением и производственными предприятиями ежегодно увеличивается, сейчас уже этот показатель дошёл до 500-800 кг в год на каждого жителя больших городов. А в некоторых городах эти показатели достигают 1000 кг на жителя в год. При том что это число ежегодно увеличивается, нужно немедленно принять меры, для борьбы с образованием отходов и их скоплению на территории страны. Ежегодно, с каждых 150 – 170 тонн мусора, четверть — это токсичные материалы, из которых лишь 25 – 30 % утилизируются или обезвреживаются, оставшаяся часть, попадает в поверхностные воды и почву, тем самым убивая миллионы мелких животных, а также вызывает эпидемиологические заболевания у людей. С такой нагрузкой, природная среда просто не может справиться и очистить себя самостоятельно.

Б1.В.01.07 Методология исследований процессов в рекламе и связях с общественностью

Кимы

Часть А

А1. Что выполняет постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими:

- а) основная задача
- б) процесс рынка
- в) полная информация

А2. Укажите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- а) 5
- б) 4
- в) 6

А3. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:

- а) персональные продажи
- б) имидж
- в) стимулирование сбыта

А4. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы:

- а) паблик – рилейшнз
- б) таргетинг
- в) директ – маркетинг

А5. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) пропаганда и рекламный слоган
- б) реклама и фирменный стиль
- в) реклама и пропаганда

А6. Необходимо выбрать лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

- а) престижная реклама
- б) безличная реклама
- в) прямая реклама
- г) товарная реклама

А7. Как называется малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- а) плакат
- б) проспект
- в) листовка

А8. Как называется программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, проецируемых на одном или нескольких экранах:

- а) слайд – фильм
- б) кинофильм
- в) видеофильм

А9. Как называется информация, которая зачитывается диктором:

- а) радиоролик
- б) поздравление
- в) радиообъявление

А10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

- а) почтовая реклама
- б) наружная реклама
- в) подарочные изделия

Часть В

Дополните фразу.

- В1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы.....
- В2. Распространение информации о существовании продукта.....
- В3. Установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем.....
- В4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется.....
- В5. Информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг называется
- В6. Процесс создания рекламного продукта включает в себяколичество действий
- В7. Издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это.....
- В8. Тематическая радиопередача информационно – рекламного характера называется.....
- В9. Рекламно – информационное письмо относится к.....рекламе
- В10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев называются.....

Часть С

- С1. Одной из важнейших задач рекламных исследований является оценка эффективности использования бюджетов рекламы и степени достижения поставленных перед рекламой целей. Из этого следует, что проведение рекламных исследований связано, прежде всего, с целями деятельности фирмы в сфере продвижения.
- С2. Как известно, по степени формализации процесса исследования принято выделять количественные исследования (со строго формализованной процедурой, дающие статистически значимые количественные данные) и качественные (гибкие, менее формализованные исследования, дающие детальное, качественное понимание сути изучаемого явления)
- С3. Как правило, рекламные исследования могут быть обоих типов (количественные и качественные), хотя менеджеры рекламы чаще заинтересованы именно в качественной стороне изучаемых явлений и объектов. В соответствии с общепринятой исследовательской практикой оба типа исследований должны дополнять друг друга, обеспечивая надежность и представительность полученной информации.

С4. Первым этапом рекламного исследования (как и всех других маркетинговых исследований) является определение проблемы и формирование целей. Зачастую это самая сложная и трудоемкая задача, требующая достаточно больших затрат времени.

С5. Следующим шагом маркетингового, в том числе рекламного, исследования является исследовательский поиск, то есть обзор уже имеющейся вторичной информации. К ней относятся внутренняя и внешняя текущая маркетинговая информация. Она включает данные, накопленные ранее для каких-либо иных целей. На этом этапе необходимо как можно больше узнать о целевом рынке коммуникатора, о конкурентах, о деятельности сотрудников, посредников и т. д.

Б1.В.01.08 Техника и технология рекламной продукции

Кимы

Часть А.

А1. Какое средство появилось раньше других, перечисленных ниже?

- А) печатная машинка;
- Б) телефакс;
- В) ксерокс;
- Г) телефонная камера.

А2. Бренд-менеджмент – это...

- А) управление брендом его владельцами и клиентами;
- Б) проектирование бренда;
- В) презентация бренда;
- Г) легитимация бренда со стороны общества.

А3. Жалон – это...

- А) специальный звук, привлекающий аудиторию;
- Б) рекламный носитель в местах продаж, представляющий собой лист картона с изображением товара;
- В) транспарант – растяжка на городских улицах;
- Г) агрессивная раздача промоутерами.

А4. Каких типов принтеров НЕ существует:

- А) лазерных;
- Б) струйных;
- В) копировальных;
- Г) матричных.

А5. Что из нижеперечисленного НЕ является медийной рекламой?

- А) Реклама на радио;
- Б) Реклама на ТВ;
- В) Реклама в Интернет;
- Г) Реклама в вагоне трамвая.

А6. Что из нижеперечисленного НЕ может относиться к характеристикам наружной рекламы?

- А) реклама часто встречается и привлекает внимание;
- Б) реклама лаконична;

- В) реклама понятна и моментально воспринимается;
Г) реклама не остаётся в памяти.

A7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
Б) М. Хайдеггер;
В) Ф. Котлер;
Г) М. Вебер.

A8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
Б) метафорой;
В) конвергенцией;
Г) патетикой.

A9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
Б) работников образовательных организаций;
В) институты власти;
Г) торговые сети.

A10. Примером немедийной рекламы НЕ является...

- А) реклама в местах продаж;
Б) печатная реклама;
В) реклама в социальной сети;
Г) сувенирная продукция.

Часть В.

В1. Установите соответствие между искусством и его представителем:

1. Фотография	А) Всеволод Мейерхольд
2. Кино	Б) Анри Картье-Брессон
3. Театр	В) Андрей Тарковский

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендинг	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите последовательность этапов изготовления печатной продукции (брошюра).

1. Первый	А) Фальцовка.
2. Второй	Б) Скрепление.
3. Третий	В) Печать.

В5. Установите соответствие между типом офсетной печати и номенклатурой продукции:

1. Узкоформатный офсет	А) Календарики, наклейки, листовки, бланки, квитанции
2. Полноформатный офсет	Б) Периодика, каталоги, упаковка
3. Широкоформатный офсет	В) Билборды, плакаты

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

B10. Установите соответствие между брендом и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Арарат	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

C1. Разработайте рекламную кампанию точки по продаже кофе на вынос.

C2. Какая политическая рекламная продукция будет оптимально в городском округе, состоящем из многоквартирных домов?

C3. С помощью каких методов можно получить эффект реального участия в исследовании проблемного поля? _____

C4. С недавних пор самолёты компании «Аэрофлот» носят имена известных деятелей культуры. Для чего это было сделано?

C5. Что можно назвать именем Александра Блока?

B1.B.01.09 Технологии организации креативных кампаний

Кимы

Часть А.

A1. Метод исследования, с помощью которого изучаются отдельные аспекты поведения людей и их выборы, называется:

- А) историческим;
- Б) бихевиористским;
- В) сравнительным;
- Г) case-study.

A2. К составляющим SWOT-анализа не относится...

- А) изучение сильных сторон;
- Б) изучение слабых сторон;
- В) открывающиеся благоприятные возможности;
- Г) результаты деятельности.

A3. Лицо в избирательной кампании, занимающееся добычей средств для проведения кампании называется:

- А) политтехнолог;
- Б) фандрайзер;
- В) спичрайтер;
- Г) аналитик.

A4. Модель культурного и социального поля Пьера Бурдьё разрабатывалась применительно к:

- А) Германии;
- Б) Италии;
- В) Франции;
- Г) США.

A5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

A6. Что их нижеперечисленного НЕ может относиться к характеристикам наружной рекламы?

- А) реклама часто встречается и привлекает внимание;
- Б) реклама лаконична;
- В) реклама понятна и моментально воспринимается;
- Г) реклама не остаётся в памяти.

A7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
- Б) М. Хайдеггер;
- В) Ф. Котлер;
- Г) А. Камю.

A8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

A9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

A10. Что нельзя отнести к сезонности продаж?

- А) «Чёрная пятница».
- Б) «Ночь музеев»;
- В) «Счастливые часы»;
- Г) «Акция 3+1».

Часть В.

B1. Установите соответствие метода с его сутью:

1. «Копчёная селёдка»	А) Создание информационной доминанты.
2. «Блеф»	Б) Оперирование несуществующими ресурсами.
3. «Троянский конь»	В) Маскировка проблемы, её камуфлирование.

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга
3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите верную последовательность:

1. Предварительный этап кампании	А) выдвижение кандидатов
2. Начальный этап кампании	Б) агитация кандидатов
3. Основной этап кампании	В) регистрация кандидатов

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие бренда и товара:

1. Hugo Boss	А) Коньяк
2. Remy Martin	Б) Одежда
3. Фёдор Достоевский	В) Круизный теплоход

Часть С.

С1. Придумайте несколько эпитетов к рекламе кофе на вынос.

С2. Какую кампанию, ориентированную на сезонность продаж, можно было бы придумать для магазина канцелярских товаров?

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. Определите целевую аудиторию компании, занимающейся услугами по подготовке к ЕГЭ.

С5. В чём заключается эффективный неэминг?

Б1.В.01.10 Основы организации рекламной кампании в цифровой среде Кимы

Часть А

А1. Набор взаимосвязанных веб-страниц, находящихся в одном месте в Интернете, которое определяется своим адресом и имеет своего владельца – это...

- а) сайт;
- б) чат;
- в) блог;
- г) сервер.

A2. Целиком посвящены определенной торговой марке или линейке товарного ряда ...

- а) корпоративные сайты;
- б) сервисные сайты;
- в) интернет-магазины;
- г) промосайты.

A3. Предпочтения пользователей определяются и анализируются исходя из их запросов на поисковиках, тематики посещаемых сайтов и т.д. Это – ...

- а) контекстная реклама;
- б) поведенческий таргетинг;
- в) логическое позиционирование;
- г) конверсия.

A4. Социальной сетью не является ...

- а) MySpace;
- б) LinkedIn;
- в) Facebook;
- г) InDesign.

A5. Комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем – это ...

- а) вирусный маркетинг;
- б) поисковая оптимизация;
- в) поисковый маркетинг;
- г) стратификационная оптимизация.

A6. CTR – это..

- а) количество показов баннера;
- б) показатель эффективности баннера;
- в) цена показа рекламного сообщения;
- г) количество показов уникальному посетителю.

A7. Закодированная информация, которую можно распознать при помощи камеры мобильного телефона – это ...-код.

- а) QR;
- б) SD;
- в) TR;
- г) NV.

A8. CRM – это система управления взаимоотношениями с...

- а) рекламодателями;
- б) руководством;
- в) клиентами;
- г) подчиненными.

A9. Поисковая система Google была создана в период ...

- а) 1970 – 1980 гг.;
- б) 1980 – 1990 гг.;
- в) 1990 – 2000 гг.;
- г) 2000 – 2005 гг.

A10. Укажите неверное высказывание.

- а) видеореклама может демонстрироваться в баннере;
- б) видеореклама может демонстрироваться перед основным видеоконтентом;
- в) видеореклама может демонстрироваться после основного видеоконтента;
- г) доля видеорекламы в интернет-рекламе постоянно падает.

Часть В**B1. Соотнесите типы сайтов и их описание.**

1. Корпоративные сайты	а) целиком посвящены определенной торговой марке или линии товаров;
2. Промосайты	б) предоставляют пользователю какую-либо услугу;
3. Сервисные сайты	в) предоставляют информацию о компании, ее товарах и услугах;
4. Интернет-магазины	г) созданы непосредственно для прямых продаж товаров.

B2.

1. Скрытый маркетинг	а) способ передачи коммерческого предложения таким образом, чтобы покупатель не осознавал себя объектом маркетинговых манипуляций;
2. Вирусный маркетинг	б) малобюджетные способы продвижения, позволяющие продвигать товар, не вкладывая или почти не вкладывая денег;
3. Партизанский маркетинг	в) способ продвижения товара путем размещения сообщения о нем, которое обвально распространяют сами пользователи путем его пересылки.
4. E-mail-маркетинг	г) доставка сообщений о товаре, с использованием базы данных, сформированной путем получения разрешений от получателей на рассылку им писем.

B3. Соотнесите параметры рекламной кампании в Интернете с их описанием.

1. CTR	а) цена за 1000 показов рекламного сообщения;
2. CPM	б) показатель эффективности, рассчитываемый как отношение числа кликов по баннеру к количеству показов;
3. CPC	в) количество показов уникальному посетителю;
4. Frequency	г) цена за один клик.

В4. Установите соответствие между ценовыми моделями размещения рекламы в Интернете и их описанием.

1. CPA	а) цена за продажу;
2. CPL	б) цена за регистрацию;
3. CPS	в) цена за действие.

В5. Установите соотношение между видами маркетинговых коммуникаций в Интернете и их описанием.

1. Собственные медиа	а) пользователи сами распространяют информацию о кампании;
2. Платные медиа	б) каналы коммуникаций, которые контролируются самой кампанией;
3. Заработанные медиа	в) кампания платит за использование каналов коммуникации.

В6. Установите соотношение между видами CRM-систем и их задачами.

1. Оперативная	а) оптимизация управленческих процессов, связанных с обработкой данных о клиентской базе компании;
2. Аналитическая	б) оптимизация текущей деятельности исполнителей и руководителей разного звена;
3. Коллаборационная	в) автоматизация инициирования контактов с клиентами по различным каналам связи.

В7. Завершите предложение.

Реклама, отображаемая при запросе пользователями информации, связанной или ассоциированной с рекламируемым товаром, называется

В8. Завершите предложение.

Устойчивое предпочтение клиентом определенной марки, товара, места или продавца – это ... клиента.

В9. Завершите предложение.

Количество посетителей интернет-ресурса за определенный период времени, просмотревших его один или более раз – это...

В10. Завершите предложение.

Мошеннические клики, т.е. клики без заинтересованности в рекламном сообщении и без намерения что-либо купить – это ...

Часть С

С1. Перечислите основные задачи SMM как направления в маркетинге.

С2. Перечислите основные меры поисковой оптимизации сайта.

С3. Приведите несколько примеров использования QR-кода в рекламной деятельности и связях с общественностью.

С4. Назовите причины, которые, на Ваш взгляд, могут приводить к дефициту ресурсов при организации и осуществлении рекламной кампании.

С5. Представьте, что Вам необходимо разработать контент для корпоративного сайта, предназначенного, в том числе, для продвижения товаров и услуг, предлагаемых организацией. Какую информацию Вы включите в содержание?

Б1.В.01.11 Реклама и PR на радио и телевидении

Кимы

Часть А

А1. Первое американское рекламное дело открыл...

- а) Волни Палмер в 1841 году;
- б) Генри Пол в 1893 году;
- в) Джеймс Рескин в 1942 году;
- г) Уильям Моррис в 1911 году.

А.2 В зависимости от характера и особенностей рекламного обращения различают...

- а) визуальную, слуховую, информативную рекламу;
- б) интерактивную, слуховую, визуальную рекламу;
- в) информативную, убеждающую, напоминающую рекламу;
- г) рациональную, иррациональную рекламу.

А3. Рациональная реклама - ...

- а) информирует, обращается к разуму потенциального клиента, приводит доводы для его убеждения, чаще всего в словесной форме;
- б) разъясняет, заставляет задуматься о смысле покупки потенциального покупателя;
- в) информирует покупателя о производителе и цене покупки;
- г) рассказывает покупателю о достоинствах и недостатках данного продукта.

А4. По типу целевой аудитории реклама бывает...

- а) направленная на индивидуального покупателя и на массового покупателя;
- б) направленная на потенциального покупателя и реального потребителя;
- в) направленная определенную группу потребителей и различные сферы деятельности человека;
- г) направленная на сферу бизнеса и направленная на индивидуального потребителя.

А5. Интерактивный маркетинг –...

- а) исследование интерактивного рынка продукции;
- б) торговля по телефону и через интернет;
- в) электронная торговля, связывающая потребителя с компьютеризированным банком данных продавца.;
- г) исследование торговли через сеть Интернет.

А6. Особенность растровой графики...

- а) при увеличении изображения появляется зернистость;

- б) при изменении картинки изображение не теряет своего качества;
- в) при уменьшении изображения появляется зернистость;
- г) изображение нельзя изменить.

A7. В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов...

- а) содержащие менее шести слов;
- б) содержащие 2-3 слова;
- в) связанные по смыслу;
- г) в стихотворной форме.

A8. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются...

- а) хроматическими;
- б) ахроматическими;
- в) бесцветными;
- г) свободными.

A9. Титульные шрифты - ...

- а) применяются для заголовков статей и рубрик;
- б) применяются для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков;
- в) применяются для названия газет и журналов;
- г) применяются для оформления титульного листа работы.

A10. Корпоративный герой - ...

- а) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности;
- б) человек являющийся «лицом» компании;
- в) представитель данной компании;
- г) изображение животного на эмблеме компании.

Часть В

В1. Быстрое развитие рекламы потребительских товаров в конце XIX века помогло появлению нового вида ее распространения —...

- а) наружной рекламы;
- б) массового многотиражного журнала;
- в) рекламной газеты;
- г) почтовой рекламы.

В2. Основной задачей информативной рекламы является...

- а) доведение до потенциальных клиентов информации о предприятии, услугах, их характеристиках, и т.д.;
- б) обращение к потенциальному клиенту, приводит доводы для его убеждения, чаще всего в словесной форме;
- в) обращается к чувствам, эмоциям, воспоминаниям, действует через ассоциации, в основном посредством звука;
- г) четко адресованная определенной группе потребителей.

В3. Шрифт с вензелями или готический предпочтительнее для рекламы...

- а) растительного товара;
- б) детского товара для девочек;
- в) антиквариата, товаров исторической и художественной ценности;

г) мебели, недвижимости.

В4. Потребительская реклама – ...

- а) направленна на широкие круги реальных и потенциальных потребителей;
- б) направленна на определенную массу людей;
- в) направленна на привлечение потенциальных потребителей;
- г) направленна на определенную группу людей.

В5. Промоакции – ...

- а) рекламные акции на телевидении и радио;
- б) интерактивные мероприятия, на которых потребителям предлагается: взять бесплатный образец продукции или рекламные материалы;
- в) мероприятия с целью заявления предприятия о себе на рынке;
- г) рекламные акции на которые приглашается пресса и потенциальные потребители.

В6. Основные недостатки растрового формата...

- а) искажение картинки при масштабировании;
- б) невозможность изменить картинку;
- в) уменьшение яркости изображения;
- г) при уменьшении изображения теряется яркость.

В7. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.

В8. Шрифт - ...

- а) совокупность букв, цифр и знаков определенного рисунка и размера, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке.
- б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;
- в) различные знаки и цифры, иероглифы используемые в общении людей;
- г) текстовые символы.

В9. Главная задача рекламного текста — ...

- а) рассказать о недостатках и достоинствах товара;
- б) оповестить людей о товаре;
- в) пробудить интерес, вызвать доверие и часто заставить приобрести рекламируемый товар;
- г) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу.

В10. Фирменный стиль – ...

- а) оригинальное шрифтовое начертание наименования фирмы или группы ее товаров;
- б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
- в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;

г) информация о компании, которая транслируется через элементы «внешнего вида».

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Опровержение ненадлежащей рекламы _____

С2. Торговая марка или товар, имеющий широкую известность. Положительно воспринимается большинством общества. Подразделяется на словесную часть марки, словесный товарный знак после его соответствующей правовой регистрации и визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя _____

С3. Реклама, главной целью которой является обеспечение популярности брэнда или имени конкретного человека обычно с перспективой на будущее _____

С4. Общность людей, покупающих товары и услуги для удовлетворения собственных _____ нужд _____ или _____ потребностей _____ других людей _____

С5. Мелодия, ассоциируемая с тем или иным товаром или компанией _____

Б1.В.01.12 Технологии управления общественным мнением в социальной сфере

КИМы

Часть А.

А 1. Какого вида коммуникативную политику раскрывает определение: «Наука и искусство налаживания взаимного понимания и доброжелательности между личностью, фирмой или учреждением и общественностью»:

- А. Реклама;
- Б. Связи с общественностью;
- В. Паблицити;
- Г. Журналистика.

А2. Какой международный документ ввел впервые термин «информационное неравенство»?

- А. Международный пакт о гражданских и политических правах;
- Б. Всеобщая декларация прав человека и гражданина;
- В. Окинавская хартия глобального информационного общества;
- Г. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод.

А 3. Сегментирование потребительского рынка включает:

- А. Получение данных о состоянии движения товаров;
- Б. Социо-демографические характеристики потребителя;
- В. Исследование ценообразования;
- Г. Информацию о курсе валют.

А 4. Государственная тайна – это:

А. Защищаемые государством сведения о фактах, событиях, обстоятельствах частной жизни граждан;

Б. Ноу-хау в области государственного управления;

В. Управленческая информация, связанная со служебной и профессиональной деятельностью чиновников;

Г. Защищаемые государством сведения в области военной, экономической и других видах деятельности.

А 5. «Кейс-стади» – это:

А. Технология групповой работы в связях с общественностью;

Б. Исследовательская стратегия, связанная с описанием конкретного случая, включенного в социальный контекст;

В. Совокупность стереотипов массового сознания;

Г. Структурированная информация, сформированная в форме кейса.

А6. «Специально создаваемый, устойчивый социально-психологический образ, способствующий становлению общественного мнения», это:

А. Стереотип;

Б. Символ;

В. Имидж;

Г. Индекс.

А 7. Коммуникация – это:

А. Средства массовой информации;

Б. Обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов;

В. Общественно-политическое действие просветительского характера;

Г. Условие, средство и форма организации общественной жизни.

А 8. SWOT-анализ – это:

А. Вид корпоративной культуры;

Б. Способ определения сильных и слабых сторон организации;

В. Характеристика угроз и возможностей со стороны персонала;

Г. Форма управления в квалификационном менеджменте.

А 9. Внутренняя общественность организации – это:

А. Местные общественные организации;

Б. Неформальные объединения, землячества, партийные ячейки внутри организации;

В. Все сотрудники организации или фирмы;

Г. Менеджеры по управлению персоналом и связям с общественностью.

А 10. Миссия организации – это:

А. Наличие в организации религиозной миссии или представительства другой компании;

Б. Представительство организации в государственных органах или других фирмах;

В. Цели, задачи и предполагаемые пути их реализации, декларируемые организацией;

Г. Целенаправленная работа по распространению информации об организации.

Часть В.

В 1. Начальное и непрерывное обучение – это характерная особенность ... программ по подготовке госслужащих.

- а) Немецких
- б) Японских
- в) Французских

В 2. Контент-анализ – это: а. Качественный анализ документов б. Количественный анализ документов в. Качественно-количественный анализ документов

В 3. Назовите форму влияния, которая может побудить человека к более тесному сотрудничеству:

- а) убеждение;
- б) принуждение;
- в) участие сотрудников в управлении.

В 4. Какие приемы используются при психологических методах управления?

- а) интервью;
- б) беседы;
- в) тесты;
- г) наблюдения.

В 5. Назовите этапы регулирования:

- а) определение структуры предприятия;
- б) информационная подготовка для принятия решений;
- в) разработка и принятие решений;

В 6. Социальные методы управления:

- а) метод управления группами;
- б) метод ролевых изменений;
- в) метод управления групповыми явлениями;

В 7. Дайте определение понятий:

1. Власть	А – поведение руководителя, что меняет отношение подчиненных к нему.
2. Влияние	Б – способность вести за собой.
3. Лидерство	В – способность и возможность менеджера влиять на деятельность и поведение рабочих.
4. Обычаи	Г – общепринятые повторяющиеся социальные действия, что становятся обычными.

В 8. Что относится к методам принятия управленческих решений:

- а) Мозговая атака.
- б) Организация.
- в) Формулировка.
- г) Форма контроля.

В 9. Технология принятия управленческих решений в порядке их разрешения.

- а) Одобрение.

- б) Реализация.
 - в) Подготовка.
- В 10. Путь разрешения конфликтов:
- а) Премирование.
 - б) Компромисс.
 - в) Поездка на природу.
 - г) Гласное обсуждение.

Часть С.

С1. Охарактеризуйте особенности построения политических технологий в современных условиях. Разделившись на подгруппы, будьте готовы на занятии обсуждать исторические изменения в применении политтехнологий, их этическую составляющую.

С2. Практическое, организующее и регулирующее воздействие государства на общественную жизнедеятельность людей с целью ее упорядочения, сохранения или преобразования это –

С3. Форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных законодательством, решение вопросов местного значения, исходя из интересов населения, с учетом исторических и иных местных традиций называется –

С4. Установите соответствие между названием и содержанием принципов государственного управления

Название принципа государственного управления	Содержание принципа
А) Сочетание единоначалия и коллегиальности	1) народ выступает единственным источником власти; он осуществляет власть как непосредственно, так и через органы исполнительной власти
Б) Функциональный принцип	2) органы и аппараты исполнительной власти осуществляют общие подведомственные функции управления
В) Демократизм	3) наиболее важные вопросы, касающиеся основополагающих аспектов управленческой деятельности, принимаются коллегиально, а оперативные, текущие, не требующие коллегиального рассмотрения, решаются единолично

5. Дайте характеристику основным уровням общественного мнения: теоретическому; обыденному; общественной психологии; идеологии.

A1. Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы?

- а) Parish Pastoral Council;
- б) Pay Per Click;
- в) Public Policy Center;
- г) Public Power Corporation.

A2. Протокол http был создан в ...

- а) 1975 – 1980 гг.;
- б) 1980 – 1995 гг.;
- в) 1995 – 2005 гг.;
- г) 2000 – 2005 гг.

A3. Укажите верное высказывание

- а) Экстранет – это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками;
- б) Экстранет – это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании;
- в) Экстранет – это основной источник информации о конкурентах;
- г) Экстранет – это основной источник информации о конкурентах.

A4. Укажите верное высказывание.

- а) Спонсорство (Sponsorship) – это обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу;
- б) Спонсорство (Sponsorship) состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям;
- в) Спонсорство (Sponsorship) гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной;
- г) Спонсорство (Sponsorship) эволюционирует от навязывания товара к поддержке запросов от клиентов.

A5. Какой из сервисов не принадлежит компании Google?

- а) YouTube;
- б) AdWords;
- в) AdSense;
- г) iAd.

A6. Медiasеллеры – это ...

- а) компании, специализирующиеся на продаже рекламных площадей;
- б) компании, специализирующиеся в области сплит тестирования;
- в) компании, специализирующиеся в области поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов;
- г) компании, специализирующиеся в области предоставлении услуг хостинга.

A7. Контекстная реклама – это...

- а) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей;
- б) инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт;
- в) вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине.

A8. Укажите правильное утверждение:

- а) в большинстве случаев баннерная реклама более эффективна, чем контекстная;
- б) эффективность контекстной рекламы, как правило, выше баннерной;
- в) если мы проводим контекстную рекламную кампанию, то баннерная нам не нужна.

A9. На какой срок целесообразно запускать контекстную рекламную кампанию?

- а) на год;
- б) на месяц;
- в) на срок отложенного спроса;
- г) все зависит от бюджета.

A10. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к...

- а) увеличению продаж;
- б) росту трафика на сайт;
- в) лояльности потребителей;
- г) изменению информационного поля компании (бренда).

Часть В

B1. Завершите предложение.

Совокупность узлов, которыми являются компьютеры, объединенных каналами (линиями) связи) – это ...

B2. Установите соответствие между рекламными носителями и их определениями.

- | | |
|--------------|---|
| 1. Баннер | а) фрагмент одной или нескольких страниц владельца рекламной площадки, интегрируемый с ее содержимым; |
| 2. Байрик | б) включает одну или несколько веб-страниц и посвящается конкретному товару или услуге; |
| 3. Мини-сайт | в) страница, которая открывается поверх основного окна и может содержать текст, |

4. Коллаж
- изображения и другие элементы;
г) прямоугольное графическое изображение фиксированного размера, размещенное на веб-странице и являющееся гиперссылкой на рекламируемый сайт.

В3. Завершите предложение.

Механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту ее часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей – это ...

В4. Установите соответствие между бизнес-моделями присутствия в сети и их описаниями.

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Ad Supported | а) в случае, если у компании есть бизнес вне Интернета, то с его помощью она может расширить свою клиентскую базу, сформировать благоприятный имидж, открыть новый канал продаж и т.д.; |
| 2. Business Supported | б) сайт создается для формирования на нем постоянной аудитории; |
| 3. New Business | в) главной целью проектов является рост ликвидности (возможности продать), хотя в основе самого проекта лежит какая-либо из прочих моделей; |
| 4. Capitalization | г) дает возможность создания новых бизнесов или бизнес-единиц внутри кампании. |

В5. Завершите предложение.

Корпоративная сеть, использующая интернет-технологии, что предполагает использование протокола ТСР/ІР и разработанных на его основе средств доступа с компьютера пользователя к данным, размещенным на сервере – это...

В6. Завершите предложение ...

Электронная реклама по принципу электронной рассылки предполагает формирование адресов потенциальных покупателей и отправку им материалов информационно-рекламного характера с помощью электронной почты. Абоненты почтовой рассылки выражают желание получать подобные сообщения путем ...

В7. Завершите предложение.

Размещение рекламы в Интернете, при котором рекламное объявление соответствует содержанию интернет-страницы, где она размещается и которую посещает пользователь – это ...

В8. Завершите предложение.

Разновидность персонального веб-сайта, содержащего часто и регулярно обновляемые записи автора в хронологическом порядке – это ...

В9. Завершите предложение.

Способ продвижения товара посредством создания и размещения в Интернете сообщения о товаре, которое обвально распространяют сами пользователи – это ...

В10. Завершите предложение.

Комплекс мер для поднятия позиции сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей – это ...

Часть С

С1. Назовите наиболее существенные достоинства рекламы в интернет-среде.

С2. Назовите слабые стороны распространения рекламы в сети Интернет.

С3. Представьте, что Вы занимаетесь разработкой промосайта. Какую информацию о товаре или услуге Вы должны разместить?

С4. Укажите, какие задачи должны быть решены рекламодателем при размещении рекламы в социальных сетях.

С5. По каким параметрам Вы будете оценивать эффективность социального медиа с точки зрения размещения рекламы в нем?

Б1.В.01.14 Социальный консалтинг в PR

Кимы

Часть А

А1. Первое рекламное агентство «с полным обслуживанием» было основано...

- а) Волни Палмером в 1841 году;
- б) Генри Полом в 1893 году;
- в) Джеймсом Рескиным в 1902 году;
- г) Джорджем Баттенем в Нью-Йорке в 1891 году.

А2. Убеждающая реклама –...

- а) пробудить интерес, вызвать доверие, разбудить желание и часто заставить приобрести рекламируемый товар;
- б) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу;
- в) наиболее агрессивный вид рекламы, в основе которой лежит последовательное убеждение потенциальных клиентов в преимуществах рекламируемых товаров;
- г) предназначена для поддержания осведомленности клиентов о существовании предприятия, его услуг на рынке и их характеристиках.

А3. По характеру воздействия на аудиторию выделяют...

- а) добрую и агрессивную рекламу;
- б) жесткую и мягкую рекламу;
- в) строгую и лояльную рекламу;
- г) деловую и любительскую рекламу.

А4. Деловая реклама обычно размещается...

- а) в специализированных публикациях;
- б) в газетах и журналах;
- в) на досках объявлений;
- г) везде.

A5. Визуальные коммуникации – ...

- а) комплекс указателей (вывесок, табличек и т. п.), обеспечивающих необходимой информацией помогающих потребителю ориентироваться;
- б) телевизионные рекламные ролики;
- в) указатели цены и качества, помогающие потребителю при покупке товара;
- г) телевизионные и радио ролики.

A6. Векторный способ кодирования изображения...

- а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

A7. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...

- а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
- б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
- в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
- г) все предметы остаются прежними.

A8. Шрифт - ...

- а) комплект наборных литер, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке;
- б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;
- в) различные знаки и цифры, иероглифы используемые в общении людей;
- г) текстовые символы.

A9. Главная задача первого абзаца рекламного текста — ...

- а) промежуточная, связать заголовок и иллюстрацию с тем, что будет изложено далее в основном тексте;
- б) рассказать о недостатках и достоинствах товара;
- в) оповестить людей о товаре;
- г) пробудить доверие к самому продукту, а также и к тому, что о нем говорится в рекламе.

A10. Основные типы логотипов - ...

- а) иллюстрирующие, текстовые, рисунковые;
- б) иллюстративные, графические, текстовые;
- в) фирменные и текстовые;
- г) графические и иллюстрирующие.

Часть В

B1. Целью престижной рекламы, является...

- а) создание среди общественности привлекательного имиджа компании, который вызывал бы доверие к самому предприятию и всем предлагаемым им услугам.

- б) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо;
- в) информирование потребителей о товаре;
- г) реклама товара для определенной группы потребителей;

В2. Напоминающая реклама - ...

- а) информирует, обращается к разуму потенциального клиента, приводит доводы для его убеждения;
- б) разъясняет, заставляет задуматься о смысле покупки потенциального покупателя;
- в) поддерживает знания клиентов о существовании предприятия, его услугах и их характеристиках.
- г) рассказывает покупателю о достоинствах и недостатках данного продукта.

В3. Жесткая реклама представляет собой...

- а) пробудить интерес, вызвать доверие, разбудить желание и часто заставить приобрести рекламируемый товар;
- б) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу;
- в) наиболее агрессивный вид рекламы, в основе которой лежит последовательное убеждение потенциальных клиентов в преимуществах рекламируемых товаров и услуг;
- г) предназначена для поддержания осведомленности клиентов о существовании предприятия, его услуг на рынке и их характеристиках.

В4. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:

- а) визуальная, слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;
- б) аудиальная, визуальная, слуховая;
- в) слуховая, визуальная, аудиальная;
- г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.

В5. Связи с общественностью – ...

- а) управление имиджем и репутацией компании;
- б) формирование, поддержание и изменение общественного мнения в нужную для компании сторону;
- в) связи со СМИ;
- г) создание фирменного стиля компании.

В6. Векторное изображение может быть преобразовано в любой размер и качество его при этом...

- а) не изменится;
- б) ухудшится;
- в) улучшится;
- г) не сильно, но изменится.

В7. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) под острым углом.
- г) лежащие напротив

В8. Шрифт - ...

- а) рисунок букв, цифр и знаков;
- б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;
- в) различные знаки и цифры, иероглифы используемые в общении людей;
- г) текстовые символы.

В9. В центральные абзацы рекламного текста рекламист должен...

- а) пробудить доверие к самому продукту, а также и к тому, что о нем говорится в рекламе;
- б) связать заголовок и иллюстрацию в единое целое;
- в) заинтересовать, заинтриговать потребителя товаром;
- г) привлечь внимание потребителя.

В10. Логотип - ...

- а) изображение корпоративного героя компании;
- б) цветное изображение фирменного знака компании;
- в) оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;
- г) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности.

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Широкомасштабная долгосрочная программа, направленная на решение важнейшей рекламной цели. Ее разработка предполагает определение следующих элементов: целевая аудитория; концепция товара; средства массовой информации, и/или рекламносители, используемые для передачи рекламного обращения; разработка рекламного обращения _____

С2. Сочетание наименования, символического изображения и других элементов оформления, призванное идентифицировать товар и отличить его от _____ товаров-конкурентов _____

С3. Процесс деления рынка / целевой аудитории на однородные группы по определенным признакам (географическим, демографическим, социально-психологическим, уровню доходов и т. п.) с выделением целевой аудитории рынка потенциально обещающего дать наибольший объем продаж данного товара/услуги _____

С4. Комплекс визуальных констант, включающий товарный знак, шрифт и «фирменную» цветовую гамму и служащий для однозначной зрительной идентификации _____ товаров/услуг _____

С5. Вид анимационных фильмов, предназначенных для демонстрации на выставках и семинарах _____

КИМы
Часть А

А1. Кто из отечественных психологов был автором учения о доминанте?

- а) Лавров;
- б) Михайловский;
- в) Ухтомский;
- г) Узнадзе.

А2. Термин, который применяется для обозначения особого вида общественной формации поздних разновидностей постиндустриального общества, нового этапа развития человеческой цивилизации, – это...

- а) информационное общество
- б) сплоченное общество
- в) культурное общество
- г) массовое общество
- д) развитое общество

А3. Функция массовой информации, имеющая широкий диапазон от установления контактов, оканчивая контролем над обществом, называется:

- а) культурологическая
- б) социальная
- в) информационная
- г) познавательная
- д) регулирующая

А4. Кодирование и декодирование в коммуникативных системах осуществляется с целью:

- а) исключения перехвата информации и доставки информации требуемому адресату
- б) формирования мнения
- в) обмена информацией
- г) не имеет определенной цели и происходит автоматически

А5. Американский психолог, предложивший концепцию иерархии личностных потребностей, – это...

- а) Ж. Пиаже
- б) Л. Колберг
- в) Э. Эриксон
- г) А. Маслоу
- д) Т. Парсонс

А6. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом:

- а) телекоммуникационные системы
- б) барьеры коммуникации
- в) низкочастотные волны
- г) парадигмы коммуникации

A7. Социальные стереотипы – это ...

- а) матрицы, образцы восприятия и поведения;
- б) звание, чин, разряд, категория;
- в) правила регуляции поведения членов группы, выработанные в результате совместной групповой деятельности.

A8. Реципиент сообщения склонен

- а) легко менять свои установки;
- б) объективно расшифровывать сообщение;
- в) проявлять избирательность восприятия;
- г) проверить достоверность.

A9. Концепция следующего ученого имеет отношение к драйв-мышлению:

- а) А.Маслоу;
- б) З.Фрейд;
- в) К.Роджерс;
- г) В.Франкл.

A10. Идея существования коллективного бессознательного и его архетипов принадлежит:

- а) К.Г. Юнгу;
- б) К. Левину;
- в) Э. Кречмеру;
- г) Д. Гилфорду.

Часть В

B1. Установите соответствие между общими законами организации информации их определениями

1.Закон края 2.Закон ассоциаций 3.Закон структурной четкости 4.Закон сенсорности

- А) Случайный набор даже чрезвычайно важных фактов воспринимается и запоминается хуже, чем приведенный к какой-то логической доминанте.
- Б) Лучше воспринимается и запоминается то, что аудитория способна связать с уже известной информацией.
- В) Заключается в том, что информация относящаяся к работе органов чувств запоминается лучше, чем абстрактная.
- Г) Лучше запоминается начало или конец информации.

B2. Схема события, которая включает в себя ряд отдельных эпизодов называется ...

B3. Установите соответствие между названиями методов воздействия и их определениями

1.Убеждение 2.Внушение 3.Заражение

- А) Процесс воздействия на психическую сферу человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания.

Б) Процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида (коммуникатора) другому или в целом аудиторной группе СМИ, помимо или дополнительно к собственно смысловому воздействию.

В) Способ вербального влияния, который включает в себя систему доводов, выстроенных по законам развития речи и формальной логики, обосновывающих выдвигаемые субъектом информационной деятельности тезисы.

В4. Психологическое состояние своеобразного напряжения и подъема духовных сил, творческого волнения человека, ведущее к возникновению или реализации замысла и идеи журналистского произведения – это ...

В5. Вид целенаправленного или ситуативно обусловленного психологического воздействия при посредстве масс-медиа, используемый для достижения одностороннего, как правило, выигрыша посредством скрытого побуждения всей аудитории или какой-то ее части к принятию каких-либо установок или к совершению определенных действий – это ...

В6. ... – это детализированная система представлений человека о мире, других людях, о себе и своей деятельности.

В7. Моделируя визуальные (например: местоположение, расстояние, контрастность, яркость) и аудиальные (например: громкость, тон, тембр, местоположение источника звука) субмодальности, мы можем ...

В8. Для обозначения наглядности, яркости и ясности в подаче материала используется термин ...

В9. Установите соответствие между приведенными понятиями и их определениями

1. Стереотип 2. Имидж 3. Установка

А) Специально создаваемый определенный образ человека, вещи или компании, призванный формировать специфическое отношение к этому человеку, вещи или компании у некой аудитории.

Б) Благоприятная или неблагоприятная оценочная реакция на что-либо или кого-либо, которая выражается в мнениях, чувствах и целенаправленном поведении.

В) Упрощенное, схематичное представление (мнение) о действительности или части действительности.

В10. Соотнесите принципы отечественной психологической науки с их описанием:

1. Психика может быть правильно и адекватно объяснена, если она рассматривается как продукт развития и в процессе этого развития.

2. Признание факта существования независимого от человека и человечества, от его сознания и интеллекта, внешнего мира и возможности его познания.

3. Любое явление необходимо рассматривать как элемент сложной системы.
4. Ориентация на индивидуальные и социально-психологические особенности человека.
5. Причинная обусловленность психических явлений.
6. Сознание и деятельность не противоположны друг другу и не тождественны.

- А) Принцип объективности;
- Б) Принцип детерминизма;
- В) Принцип единства сознания и деятельности;
- Г) Принцип развития;
- Д) Принцип личностного подхода;
- Е) Системно-структурный принцип.

Часть С

С1. Задание 1.

Укажите возможные варианты понимания читателем приведенных ниже фраз.

- А) Давно известно, что...
- Б) Хотя не оказалось возможным узнать точные ответы...
- В) Двух примеров будет достаточно...
- Г) Утверждается, что...
- Д) Общеизвестно, что...
- Е) Ожидается, что...

С.2 Задание 2.

Как можно объяснить феномен своего рода «сбоев» во взаимодействии человека с окружением. Причем, человека искренне удивляет сама возможность этих «сбоев»: «Как же так, я действую по модели, тысячу раз продемонстрированной в прессе. Я действую по правилам, учитываю прописные истины. И это не срабатывает?»

С.3 Задание 3.

Что препятствует общению в описываемой ситуации.

Звонок в компанию - провайдер услуг сети Интернет. Клиент: «У меня почему-то не открывается срочное сообщение. Обычно все было нормально». Сотрудник: «Вы работаете в формате АЮД 777гз?» Клиент: «Что?» Сотрудник: «У вас как фонты выставлены?» Клиент: «Я ничего не понимаю! Мне позарез нужно сообщение открыть!»

С.4 Задание 4.

Проанализируйте по приведенным примерам влияние на слушателя одновременно слов и жестов. Какие выводы можно сделать в описанных ситуациях? Как вы считаете, на какую, информацию надо полагаться в случае явного расхождения вербальной и невербальной информации?

1. Служащий рассказал начальнику о своем проекте реорганизаций работы отдела. Начальник сидел очень прямо, плотно упираясь ногами в пол, не

останавливая взгляд на служащем, но время от времени повторяя: «Так-так... да-да...» В середине беседы, отклонившись назад, оперев подбородок на ладонь так, что указательный палец вытянулся вдоль щеки, он задумчиво полистал проект со словами: «Да, все, о чем вы говорили, несомненно, очень интересно, я подумаю над вашими предложениями».

2. Вы по пути решили навестить приятельницу, не предупредив её заранее о своем визите: «Не помешаю? У тебя есть время? Мне надо кое-что тебе рассказать...» — «Ну что ты... заходи, конечно... Кофе будешь?». Хозяйка достала банку, насыпала кофе, плотно закрыла ее и спрятала на полку. «Так ты сейчас ничем не занята?» - «Для тебя у меня всегда найдется время...»

3. Политический деятель выступает с предвыборной программой. Потрясая указательным пальцем над головами слушателей, он говорит: «Я искренне стремлюсь к диалогу, стараюсь учитывать мнение всех слоев общества...» Делая плавные, округлые жесты обеими руками, он заверяет всех, что у него есть четкая, обдуманная программа.

С 5. Задание 5.

Обоснуйте возможность версии влияния медиапространства на поведение человека при попытке объяснить действие шестилетнего ребенка выпрыгнувшего из окна высотки.

Б1.В.01.16 Коммуникационные технологии в государственных институтах и структурах Кимы Часть А

А1. Основной характеристикой каналов передачи информации является:

- А) пропускная способность
- Б) удалённость отправителя информации
- В) удалённость получателя информации
- Г) скорость передачи информации

А2. Сеть, объединяющая компьютеры, установленные в одном помещении или в здании, называется:

- А) региональная
- Б) корпоративная
- В) локальная
- Г) глобальная

А3. Каждый компьютер, подключенный к Интернету, имеет свой уникальный

- А) формат
- Б) IP-адрес
- В) доменный адрес
- Г) канал

А4. Домены верхнего уровня бывают:

- А) серверными

- Б) географические
- В) координационными
- Г) административные

A5. E-MAIL – это..

- А) письмо
- Б) электронная почта
- В) автоответчик
- Г) адрес

A6. Укажите правильно записанный адрес электронной почты:

- А) IVANOV IVAN@MAIL.RU
- Б) IVANOV IVAN@MAIL.RU
- В) ИВАНОВ@MAIL.RU
- Г) ИВАНОВ MAIL.RU

A7. Пропускная способность каналов передачи информации измеряется в:

- А) метр/с
- Б) бит/с
- В) байт/с
- Г) Мбит/с

A8. Сеть, объединяющая тысячи компьютеров, размещённых в различных городах, с обязательной защитой информации называется:

- А) региональная
- Б) корпоративная
- В) локальная
- Г) глобальная

A9. Географический домен верхнего уровня всегда...

- А) двухбуквенный
- Б) трёхбуквенный
- В) четырёхбуквенный
- Г) пятибуквенный

A10. Браузеры являются:

- А) сетевыми вирусами;
- Б) антивирусными программами;
- В) трансляторами языка программирования;
- Г) средством просмотра Web-страниц

Часть В

B1. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_name@mtu-net.ru. Каково имя сервера?

- А) ru
- Б) mtu-net.ru
- В) user_name
- Г) mtu-net

B2. Наиболее мощными поисковыми системами в русскоязычном Интернете являются:

- А) Индекс;
- Б) Поиск;
- В) Сервер;
- Г) Яндекс

В3. Гипертекст — это...

- А) очень большой текст
- Б) структурированный текст, в котором могут осуществляться переходы по выделенным меткам
- В) текст, набранный на компьютере
- Г) текст, в котором используется шрифт большого размера

В4 . Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_name@mtu-net.ru

Каково имя владельца этого электронного адреса?

- А) ru
- Б) user_name
- В) mtu-net.ru
- Г) mtu-net

В5 . Серверы Интернет, содержащие файловые архивы, позволяют...

- А) скачивать необходимые файлы
- Б) получать электронную почту
- В) участвовать в телеконференциях
- Г) проводить видеоконференции

В6 . Модем - это ...

- А) почтовая программа
- Б) сетевой протокол
- В) сервер Интернет
- Г) техническое устройство

В7. В глобальной компьютерной сети Интернет транспортный протокол Transport Control Protocol (TCP) обеспечивает ...

- А) передачу информации по заданному адресу
- Б) разбиение передаваемого файла на части (пакеты)
- В) получение почтовых сообщений
- Г) передачу почтовых сообщений

В8 . Электронная почта (e-mail) позволяет передавать...

- А) только сообщения
- Б) только файлы
- В) сообщения и приложенные файлы
- Г) видеоизображение

В9 . Web-страницы имеют формат (расширение)...

- А) TXT
- Б) HTM
- В) DOC
- Г) EXE

В10. Задан адрес сервера Интернет: www.mipkro.ru Каково имя домена верхнего уровня?

- А) www.mipkro.ru
Б) www
В) mipkro.ru
Г) ru

Часть С

Укажите, как называется...

С.1 Вид рекламы, основанной на слухах, сплетнях, передающаяся от человека к человеку _____

С2. Использование рисунков или кукол в телевизионной рекламе. Зачастую применяется для обращения к специальным аудиториям (напр. детской) _____ или _____ иллюстрации _____ сложных _____ рекламных сообщений _____

С3. Совокупность элементов, задействуемых для достижения рекламных целей компании. Включает целевую аудиторию, концепцию продукта, СМИ _____ и _____ рекламное сообщение _____

С4. Совокупность сегментов рынка, на которые сориентирована маркетинговая _____ деятельность _____ компании _____

С5. Группа людей, на которых нацелено рекламное сообщение _____

Б1.В.01.17 Планирование и реализация кампаний по рекламе и PR в социальной сфере

Кимы

Часть А

А1. PR-кампания – это:

- а) комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, упаковки;
- б) комплексный подход к управлению производством и реализацией продукции
- в) разработка и комплексное многократное использование PR-средств, а также рекламных материалов, в рамках единой концепции и общего плана воздействия на мнение и отношение целевых групп и общественности.

А2. PR-цель формулируется:

- а) в процессе проведения PR-кампании;
- б) PR-кампания может проводиться без PR-цели;
- в) PR-цель ставится до начала PR-кампании;
- г) возможны все вышеперечисленные варианты.

А3. Это система основных идей и положений, учитываемых при разработке и реализации PR-кампании:

- 1. стратегия PR-кампании
- 2. концепция PR-кампании
- 3. маркетинговые исследования

4. тактика PR-кампании

A4. Эта задача PR состоит в информировании, создании и поддержании понятного целевым аудиториям и общественности образа корпорации. По сути, эта задача состоит в создании системы позитивных стереотипов у внутренней и внешней общественности относительно корпорации, что делает её осведомленной о наиболее существенных, отличительных качествах и функциях данной корпорации от других:

1. контрреклама
2. позиционирование
3. возвышение имиджа

A5. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:

- а) брифинг
- б) пресс-тур
- в) пресс-конференция
- г) пресс-ланч

A.6. Экономическая демонстрация образцов, которая представляет собой крупный рынок товаров и действует в течение ограниченного времени в одном и том же месте:

- а) презентация;
- б) ярмарка;
- в) конференция;
- г) пресс-тур.

A7. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющуюся новостью или сенсацией:

- а) пресс-релиз;
- б) проспект;
- в) бэкграундер;
- г) брошюра.

A8. Единство постоянных визуальных и текстовых элементов, относящихся к конкретной организации и отличающих ее от конкурентов:

- а) фирменный стиль;
- б) имидж;
- в) бренд;
- г) логотип.

A9. Фирмы, производящие товары-заменители (услуги-заменители), способные вытеснить организацию с рынка – это:

- 1) прямые конкуренты
- 2) косвенные конкуренты
- 3) потенциальные конкуренты

A10. Какая цель PR-кампании считается достигнутой, если обратная связь фиксирует факт изменения отношения целевой аудитории к организации, повышения доверия к PR-обращению:

1. имидж-цель
2. промежуточная цель
3. главная цель
4. простейшая цель

Часть В

В1. Планирование рекламной деятельности — это:

- А) Этап управленческого процесса, на котором осуществляется постановка целей и задач, определение путей и средств их реализации;
- Б) исследовательский этап, связанный с подготовкой материалов для разработки рекламной стратегии;
- В) комплекс мер по осуществлению оценки, анализа и контроля рекламной деятельности фирмы;
- Г) специфическая функция, выполняемая отделом маркетинга рекламной службы.

В2. Рекламная кампания называется целевой, если:

- А) она преследует цель постоянного увеличения интенсивности рекламного воздействия;
- Б) рекламодатель использует лишь один конкретный вид рекламной деятельности;
- В) она направлена на определенную группу целевого воздействия;
- Г) в результате ее проведения может быть реализована задача существенного увеличения продаж.

В3. По территориально-географическому принципу рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- А) специализированные, региональные и тотальные;
- Б) местные, региональные, национальные и международные;
- В) сегментированные, комбинированные, региональные и национальные;
- Г) местные, агрегированные, комбинированные и международные.

В4. В плане-графике рекламной кампании указываются:

- А) конкретные виды рекламных мероприятий, сроки их проведения, их ориентировочная стоимость, ответственные за их проведение и результаты их выполнения;
- Б) формы используемой рекламы, тип рекламной кампании, общие затраты на ее проведение, а также показатели ожидаемого эффекта;
- В) перечень рекламных мероприятий, оценки возможных ассигнований на те или иные виды рекламы, конкретные исполнители, вопросы организации текущего контроля исполнения, предварительные результаты;
- Г) все формы рекламы, затраты на их проведение, ответственные исполнители и примечания, в которых указываются причины отклонений от плановых показателей и пр.

В5. Расположите в правильной последовательности семь участников рекламного процесса:

- А) рекламное агентство;
- Б) посредник;

- В) посредник;
- Г) рекламодаделец;
- Д) посредник;
- Е) рекламополучатель;
- Ж) средства распространения рекламы.

В6. Этапу тактических решений при проведении рекламной кампании предшествует этап:

- А) производства рекламной продукции и подведения итогов кампании;
- Б) исследований;
- В) стратегического планирования и производства рекламной продукции;
- Г) исследований и стратегического планирования.

В7. основополагающие моменты при составлении плана рекламной кампании:

- А) рекламная кампания должна быть длительной — 14 недель и более;
- Б) рекламная кампания должна быть короткой — менее недели;
- В) рекламная кампания должна отличаться гибкостью, чтобы по ходу дела можно было вносить необходимые изменения в соответствии с проводимыми исследованиями.

В8. Расположите в правильной последовательности этапы рекламной кампании:

- А) стратегическое планирование;
- Б) исследования;
- В) производство рекламной продукции и проведение рекламной кампании;
- Г) принятие тактических решений;
- Д) подведение итогов рекламной кампании.

В9. Рекламная кампания — это:

- А) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- Б) процесс продвижения рекламной информации от рекламоладельца к рекламополучателю, опосредованный участием рекламного агентства и средств распространения рекламы;
- В) планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;
- Г) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

В10. «Эхо-фаза» (или кода) представляет собой:

- А) периодически повторяемый набор слов (лозунг, девиз, слоган) для лучшего запоминания текста;
- Б) эффектная фраза в начале рекламного сообщения, модификации которой повторяются много раз;
- В) выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок или основной мотив;
- Г) «зеркальное отображение», контрастный антипод заголовка, улучшающий восприятие текста.

Часть С

С 1. Смоделируйте и опишите применение пиар-техник, таких как бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, ивент-мероприятия, слухи в сфере образования или рекламных услуг.

С 2. Проанализируйте ряд изданий Вашего региона (не менее трех). Составьте таблицу наиболее распространенных приемов манипуляции российских СМИ. В таблице сопоставьте соотношение цели манипуляции, аудитории, на которую направлено сообщение и выявленных приемов. Подтвердите свои выводы примерами манипуляции сознанием, применяемых в международных СМИ (два СМИ на выбор).

С 3. Воспользовавшись одним из поисковых серверов, найдите адреса сайтов нескольких известных сетевых рекламных фирм. Выбрав один из адресов какой-либо фирмы, обратитесь на ее сайт и изучите доступную информацию. Какие возможности рекламы в Интернет использует эта фирма? Каким образом организуется деятельность по продвижению на Webсайте фирмы? Перечислите все основные возможности, приведите конкретные примеры.

С 4. Изучите основные стандарты на рекламные баннеры. Найдите на специализированных сайтах информацию о существующих и разрабатываемых стандартах. Найдите на сайтах различных компаний конкретные примеры использования стандартов на баннеры. Как работают сети баннерного обмена? Приведите конкретные примеры.

С 5. Как функционирует и как используется в рекламной деятельности электронная почта? Составьте рекламное сообщение от имени фирмы. Используйте файл подписи и присоединенные файлы различных форматов.

Б1.В.01.18 Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью

КИМы

Часть А.

А1. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

А2. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

А3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

А4. Пейдж при поступлении в качестве пиэремена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

А5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

А6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами
- в) напротив хозяев

А7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

А8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

А9. Интервью:

- а) художественное описание работы фирмы
- б) обзор событий
- в) беседа в форме вопросов и ответов

А10. ПР-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
- б) вице-президент по связям с общественностью
- в) менеджер по связям с общественностью

Часть В

В1. Проанализируйте понятие «проект»

В2. Проанализируйте исторический и современный опыт мировой и отечественной практики в области проектирования в рекламе и связях с общественностью.

В3. Выделите сильные и слабые стороны выбранных вами для анализа

В4. Дайте свое определение понятия проекта

В5. Перечислите признаки проекта как вида деятельности (ограниченность во времени, уникальность, другие признаки).

В6. Проанализируйте классификацию проектов.

В7. Продумайте концепцию разработки индивидуального проекта в области рекламы или связей с общественностью.

В8. Представьте, каким может быть ваш проект в соответствии с классификацией.

В9. Сбор средств на решение социально значимой проблемы – это

В10. Первая самостоятельная американская PR-фирма имела название.....

Часть С

С1. Бизнес-план – это программа осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

С2. Бизнес-план для привлечения инвестора имеет свою специфику. Основная задача в данном случае – убедить инвестора в выгоды для него вложений в представляемый ему инвестиционный проект.

С3. Бизнес-план, представляемый инвестору, обычно имеет небольшой объем, правило, это 8-10 листов. Он носит характер краткого резюме.

С4. Управление стоимостью – цель бюджетирования и продукт-ориентированного учета затрат. Бизнес-процессы, виды деятельности и задачи. Функциональные возможности: используемые и резервные. Принципы процессно-ориентированного учета затрат по проекту.

С5. Категория балансовых расходов охватывает элементы, которые относятся к средствам коммуникации, рекламе и пропаганде, тогда как категория «под чертой» включает в себя продвижение товара на рынок, стимулирование сбыта и другие методы, способствующие увеличению объемов продаж. Часто перечисленные виды деятельности подразделяют на такие,

Б1.В.01.19 Организация связей с общественностью региональные и федеральные аспекты

Кимы

Часть А

А1. Средства PR помогают подтолкнуть аудиторию к совершению действий по схеме:

а) заинтересованность – действие – покупка; б) действие – покупка – эмоции; в) эмоции – действие – покупка.

А2. Цель службы PR – добиться того, чтобы:

а) каждый специалист ощущал себя частью команды; б) подчиненные понимали руководителя; в) общественность воспринимала организацию как самодостаточную.

А3. Фирменный знак выражается в виде:

а) символа или рисунка; б) слов или букв; в) штрихового кодирования.

А4. Фирменный товарный знак предназначен:

а) для идентификации изготовителя товара или услуги; б) учета количества готового продукта; в) правил торговли.

А5. Одна из наиболее часто встречающихся причин неблагоприятной, напряженной обстановки в коллективе – это:

а) несвоевременное повышение зарплаты в связи с инфляцией; б) неоплата «сверхурочных» и работы в выходные; в) недостаточная информированность работников о действиях руководства.

А6. Что является следствием нездоровой моральной обстановки в коллективе?

а) смена руководства; б) сплетни, конфликты; в) отмена премии.

А7. Беседа в форме вопросов-ответов между человеком, владеющим информацией, и журналистом – это:

а) анкетирование; б) интервью; в) репортаж; г) опрос.

А8. Что такое «презентация»?

а) инструктаж о том, как пользоваться товаром; б) представление какой-либо фирмы, лица, продукции; в) участие в мероприятии, где вы являетесь спонсором; г) празднование чего-либо.

А9. Какая часть презентации является более значимой?

а) официальная; б) неофициальная; в) заключительная.

А10. Почему «круглый стол» является одним из наиболее эффективных способов влияния на общественное мнение?

а) в нем участвуют представители противоположных точек зрения; б) коллективному выводу сознание доверяет больше; в) в ходе обсуждения разными специалистами решается сразу несколько проблем.

Часть В

В1. Пресс-конференция – это:

а) процесс обсуждения проблемы; б) инструктаж; в) встреча представителя организации с журналистами.

В2. Обязательно ли факты, выносимые на пресс-конференцию, должны быть положительными?

а) да; б) нет; в) зависит от ситуации.

В3. Соотнесите мероприятия PR и их применение:

1. Встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон. 2. Очередной выпуск программы «Времена» В. Познера, обсуждение вопроса о политических партиях. 3. Встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях.

а) круглый стол; б) брифинг; в) пресс-конференции.

В4. Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема:

а) составление списка гостей и рассылка приглашений; б) составление меню; в) написание сценария; г) определение формы приема; д) подготовка речи и определение очередности выступающих.

В5. Что буквально означает слово «брифинг»?

а) рекомендация; б) извещение; в) оповещение; г) инструктаж.

В6. Какова цель брифинга?

а) обсудить с журналистами текущие события; б) дать объяснение происшедшему, его причинам; в) рассказать о планируемых мероприятиях в связи с каким-то праздником.

В7. Как называется мероприятие PR, в рамках которого все желающие могут ознакомиться с деятельностью организации?

а) презентация; б) аукцион; в) день открытых дверей; г) открытые торги.

В8. Как называется деятельность, которая осуществляется на безвозмездной основе и не предполагает финансовых и прочих обязательств со стороны получающих поддержку?

а) патронаж; б) спонсорство; в) благотворительность.

В9. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это:

а) репортаж; б) пресс-релиз; в) интервью.

В10. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?

а) аналитические материалы; б) коммерческую информацию; в) новости.

Часть С

С1. Выбрать новостной повод на федеральном уровне. Отследить реакцию служб по связям с общественностью заинтересованных организаций, компаний. Подготовить сводную таблицу по изученным PR-

текстам: название жанра, типология, принципы оформления, структура, стиль и язык, особенности подготовки, способы распространения.

С2. Выбрать новостной повод на региональном уровне. Отследить реакцию служб по связям с общественностью заинтересованных организаций, компаний. Подготовить сводную таблицу по изученным PR-текстам: название жанра, типология, принципы оформления, структура, стиль и язык, особенности подготовки, способы распространения.

С3. Подготовить папку с примерами пресс-релизов в сфере политики и государственного управления, бизнеса, гражданского общества на федеральном и региональном уровне. Подготовить пресс-релиз по актуальному региональному событию.

С4. Подготовить папку с примерами следующих PR-текстов: приглашение, факт-лист, лист вопросов-ответов, биография, поздравление, байлайнер, кейс-стори. Подготовить приглашение на научно-практическую конференцию.

С5. Подготовить кейс-стори по проблеме участия молодежи в деятельности политических партий, профсоюзов

Б1.В.01.20 Теория и практика рекламы и связей с общественностью в социальной сфере

Кимы Часть А.

А1. Какой институт сложно отнести к социальным?

- А) Семья;
- Б) Армия;
- В) Школа;
- Г) Социальная служба.

А2. Что из нижеперечисленного не является социальной группой?

- А) общество потребления;
- Б) очередь в обувной магазин;
- В) пассажиры метро;
- Г) абоненты МТС.

А3. Теоретиком коммуникации не является:

- А) Н. Луман;
- Б) Т. Гоббс;
- В) М. Кастельс;
- Г) Д. Белл;

А4. Модель культурного и социального поля Пьера Бурдьё разрабатывалась применительно к:

- А) Германии;
- Б) Италии;
- В) Франции;
- Г) США.

А5. Метод дискурс-анализа представлен исследованиями:

- А) Питирима Сорокина;
- Б) Макса Шелера;
- В) Тена ван Дейка;
- Г) Макса Вебера.

А6. Одно из первых политехнологических агентств в России называлось:

- А) «Никколо М»;
- Б) «Форсаж»;
- В) «Делаем выбор»;
- Г) «Успех».

А7. Автор первого учебника по PR:

- А) Э. Бернейз;
- Б) М. Хайдеггер;
- В) Ф. Котлер;
- Г) А. Камю.

А8. Преувеличение называется:

- А) гиперболой;
- Б) метафорой;
- В) конвергенцией;
- Г) патетикой.

А9. Деятельность в GR направлена на...

- А) предпринимателей;
- Б) работников образовательных организаций;
- В) институты власти;
- Г) торговые сети.

А10. Одним из представителей утопического социализма является:

- А) Д. Ролз.
- Б) И. Ильин;
- В) А. Сен-Симон;
- Г) И. Кант.

Часть В.

В1. Установите соответствие метода с его сутью:

1. «Копчёная селёдка»	А) Создание информационной доминанты.
2. «Блеф»	Б) Оперирование несуществующими ресурсами.
3. «Троянский конь»	В) Маскировка проблемы, её камуфлирование.

В2. Установите соответствие между типом рекламной кампании и продвигаемым продуктом:

1. Имиджевая кампания	А) Бренд, торговая марка
2. Продуктовая кампания	Б) Услуга

3. Торговая кампания	В) Компания, организация, конкретный продавец
----------------------	---

В3. Установите соответствие между понятиями и их значениями:

1. Нейминг	А) создание ассоциаций
2. Брендирование	Б) метод, позволяющий достичь определённой, чётко сфокусированной цели
3. Коучинг	В) процесс наименования продукта

В4. Установите соответствие между исследованиями и их направленностью.

1. Прикладные	А) Природу и сущность исследуемой проблемы
2. Фундаментальные	Б) Выработка путей совершенствования конкретных социальных объектов
3. Сравнительные	В) Сопоставление различных исследуемых объектов друг с другом с целью обнаружения сходства и различия

В5. Установите соответствие между позицией и функционалом в рекламной кампании:

1. Начальник штаба	А) Интервьюер (социолог)
2. Специалист, создающий тексты с изначально заданной тематикой	Б) Принятие ключевых решений
3. Исследователь общественного мнения	В) Спичрайтер

В6. Установите соответствие города и научной школы, основанной в нём:

1. Чикаго	А) критика индустриального общества
2. Франкфурт	Б) бихевиориальный анализ
3. Прага	В) школа структурализма

В7. Установите соответствие между исследователем и его полем деятельности.

1. Джон Лакофф	А) теория коммуникации
2. Эрнст Кассирер	Б) теория природы языка
3. Ноам Хомский	В) теория мифа

В8. Установите соответствие между концептуализированным типом общества и самим исследователем:

1. Общество спектакля	А) Ги Дебор
2. Общество потребления	Б) Карл Поппер
3. Общество открытое	В) Жан Бодрийяр

В9. Установите соответствие этапа избирательной кампании и конкретных действий, предпринимаемых в её рамках:

1. Начальный этап	А) Исследование узнаваемости кандидатов
2. Период агитации	Б) Создание электорального паспорта
3. Завершающий этап	В) Экзит-пул

В10. Установите соответствие названия сообщества и его социального состава:

1. «Непоседы»	А) Поисковый отряд
2. «Тихая гавань»	Б) Детская хореографическая студия
3. «Зов памяти»	В) Клуб отдыха пожилых людей

Часть С.

С1. Придумайте несколько эпитетов к слову «семья».

С2. Школа бихевиориального анализа существовала в американском городе... _____

С3. С помощью каких методов можно получить фактический материал?

С4. Какие фамилии героев из текстов русской литературы можно использовать для рекламных текстов о социальной сфере?

С5. Придумайте привлекательный рекламный слоган к рекламе спортивной акции на свежем воздухе: _____

Б1.В.01.21 Управление коммуникационными процессами в рекламе и связях с общественностью

Кимы

Часть А

А1. Эскиз — ...

- а) рисунок художника;
- б) художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы;
- в) зарисовка будущего изделия;
- г) воплощение рисунка в готовое изделие.

A2. Реклама потребностей – это...

- а) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо;
- б) информирование потребителей о товаре;
- в) реклама товара для определенной группы потребителей;
- г) выявление среди потребителей потребности в данном товаре

A3. Потребительская реклама – ...

- а) направлена на широкие круги реальных и потенциальных потребителей;
- б) направлена на определенную массу людей;
- в) направлена на привлечение потенциальных потребителей;
- г) направлена на определенную группу людей.

A4. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.

A5. Телефонный маркетинг (call-центры) –...

- а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;
- б) использование телефонной линии для рекламы товара;
- в) использование телефонов как средства рекламы;
- г) рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента.

A6. Векторный способ кодирования изображения...

- а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

A7. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...

- а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
- б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
- в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
- г) все предметы остаются прежними.

A8. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:

- а) визуальная, слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;
- б) аудиальная, визуальная, слуховая;
- в) слуховая, визуальная, аудиальная;
- г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.

A9. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...

- а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
- б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
- в) светлые предметы становятся светлее, темные – темнее;

г) все предметы остаются прежними.

A10. Логотип - ...

- а) изображение корпоративного героя компании;
- б) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности.
- в) оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;
- г) цветное изображение фирменного знака компании;

Часть В

B1. Скрытая реклама –...

- а) предназначенная для определенного людей определенной профессии, вида деятельности;
- б) предназначенная для узкого круга людей;
- в) размещённая под видом информационного, редакционного или авторского материала;
- г) размещаемая в закрытых помещениях.

B2. Девиз компании, – это...

- а) слоган компании;
- б) используемый в рекламе в качестве краткой, легко запоминающейся фразы, передающей принципы и/или стратегию компании;
- в) фраза в стихотворной форме для компании;
- г) текст отражающий смысл рекламной компании.

B3. Пресс-релиз – это...

- а) пресса размещающая рекламу;
- б) СМИ использующие в своей деятельности рекламируемую продукцию;
- в) информация для общего пользования о компании;
- г) информационный бюллетень, для СМИ, из которых можно получить интересующую информацию.

B4. Рекламная кампания – это...

- а) комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых в соответствии с единой целью и концепцией;
- б) любое рекламное мероприятие;
- в) реклама определенной компании;
- г) меры по развитию компании.

B5. Растровая графика -...

- а) представление изображения в виде простых фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

B6. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:

- а) визуальная, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;
- б) аудиальная, визуальная, слуховая;
- в) слуховая, визуальная, аудиальная;
- г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.

В7. Виды рекламы...

- а) коммерческая, социальная, политическая;
- б) торговая, рыночная, социальная;
- в) политическая, предпринимательская, целевая;
- г) коммерческая, потребительская, социальная.

В8. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) под острым углом.
- г) лежащие напротив

В9. Текстовые шрифты - предназначенные для...

- а) печатания основного текста книг, журналов и газет;
- б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах;
- в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах;
- г) работы над документами.

В10. Фирменный блок представляет собой...

- а) полное собрание элементов фирменного стиля;
- б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
- в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- г) сочетание фирменного знака и слогана.

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Замысел проведения рекламной кампании, акции, мероприятия. Определяет цели рекламной кампании, основные средства рекламы и рекламоносители _____

С2. Группа физических лиц, представляющих наиболее активных потребителей данного товара (услуги). Количество телезрителей (радиослушателей) или читателей определенной телепередачи (радиостанции) _____ или _____ периодического издания _____

С3. Реклама, имеющая целью улучшить или создать особый имидж компании _____

С4. Короткое визуальное произведение, созданное с целью информирования аудитории о продукте или услуге посредством электронных СМИ (ТВ и радио). Делятся на: имиджевые, потребительского характера, промотированные _____ и _____ т.д. _____

С5. Информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес, либо дискредитировать _____ товары, _____ предприятия, _____ товарные знаки _____

Б1.В.01.22 Технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов

Кимы

Часть А

A1. Эскиз — ...

- а) рисунок художника;
- б) художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы;
- в) зарисовка будущего изделия;
- г) воплощение рисунка в готовое изделие.

A2. Нетоварная реклама пропагандирует...

- а) какие-либо идеи и цели;
- б) конкретный товар;
- в) нематериальную продукцию;
- г) какое-либо предприятие, фирму.

A3. Наиболее эффективным видом напоминающей рекламы считается:

- а) раздача листовок; напоминание о себе через СМИ;
- б) скрытая реклама в виде статей о деятельности предприятия и его услугах, участие в специализированных отраслевых выставках;
- в) периодическое напоминание о предприятии по телевидению;
- г) раздача листовок, буклетов; участие в специализированных выставках.

A4. Селективная реклама - ...

- а) предназначена для различных групп потребителей;
- б) не предназначена для потребителей;
- в) четко адресованная определенной группе потребителей;
- г) предназначена только для предприятий.

A5. Телефонный маркетинг (call-центры) —...

- а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;
- б) использование телефонной линии для рекламы товара;
- в) использование телефонов как средства рекламы;
- г) рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента.

A6. Скрытая реклама – ...

- а) размещение торговой марки, товара или упоминания о нем в продуктах индустрии развлечений;
- б) размещение рекламы на продукции другой компании;
- в) размещение рекламы на рекламных щитах;
- г) упоминание о товаре или предприятии в газетах и журналах.

A7. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:

- а) композиция взаимосвязанна, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;
- б) пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;
- в) пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;
- г) конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.

A8. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете...

- а) по прямому углу;

- б) по углам треугольника;
- в) по прямой;
- г) по касой.

A9. Все типографские шрифты делятся по назначению на...

- а) текстовые, титульные и акцидентные;
- б) заглавные, титульные, текстовые;
- в) заглавные, титульные, акцидентные;
- г) титульные, текстовые.

A10. Фирменный знак - ...

- а) отличительная особенность логотипа;
- б) полный комплект фирменных элементов;
- в) совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа;
- г) совокупность цветовой гаммы и логотипа.

Часть В

B1. Первое американское рекламное дело открыл...

- а) Волни Палмер в 1841 году;
- б) Генри Пол в 1893 году;
- в) Джеймс Рескин в 1942 году;
- г) Уильям Моррис в 1911 году.

B2. В зависимости от характера и особенностей рекламного обращения различают...

- а) визуальную, слуховую, информативную рекламу;
- б) интерактивную, слуховую, визуальную рекламу;
- в) информативную, убеждающую, напоминающую рекламу;
- г) рациональную, иррациональную рекламу.

B3. Рациональная реклама - ...

- а) информирует, обращается к разуму потенциального клиента, приводит доводы для его убеждения, чаще всего в словесной форме;
- б) разъясняет, заставляет задуматься о смысле покупки потенциального покупателя;
- в) информирует покупателя о производителе и цене покупки;
- г) рассказывает покупателю о достоинствах и недостатках данного продукта.

B4. По типу целевой аудитории реклама бывает...

- а) направленная на индивидуального покупателя и на массового покупателя;
- б) направленная на потенциального покупателя и реального потребителя;
- в) направленная определенную группу потребителей и различные сферы деятельности человека;
- г) направленная на сферу бизнеса и направленная на индивидуального потребителя.

B5. Интерактивный маркетинг –...

- а) исследование интерактивного рынка продукции;
- б) торговля по телефону и через интернет;

- в) электронная торговля, связывающая потребителя с компьютеризированным банком данных продавца.;
- г) исследование торговли через сеть Интернет.

В6. Особенность растровой графики...

- а) при увеличении изображения появляется зернистость;
- б) при изменении картинки изображение не теряет своего качества;
- в) при уменьшении изображения появляется зернистость;
- г) изображение нельзя изменить.

В7. В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов...

- а) содержащие менее шести слов;
- б) содержащие 2-3 слова;
- в) связанные по смыслу;
- г) в стихотворной форме.

В8. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются...

- а) хроматическими;
- б) ахроматическими;
- в) бесцветными;
- г) свободными.

В9. Титульные шрифты - ...

- а) применяются для заголовков статей и рубрик;
- б) применяются для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков;
- в) применяются для названия газет и журналов;
- г) применяются для оформления титульного листа работы.

В10. Корпоративный герой - ...

- а) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности;
- б) человек являющийся «лицом» компании;
- в) представитель данной компании;
- г) изображение животного на эмблеме компании.

Часть С

Укажите, как называется...

С.1 Вид рекламы, основанной на слухах, сплетнях, передающаяся от человека к человеку _____

С2. Использование рисунков или кукол в телевизионной рекламе. Зачастую применяется для обращения к специальным аудиториям (напр. детской) _____ или иллюстрации сложных рекламных сообщений _____

С3. Совокупность элементов, задействуемых для достижения рекламных целей компании. Включает целевую аудиторию, концепцию продукта, СМИ и _____ рекламное сообщение _____

С4. Совокупность сегментов рынка, на которые сориентирована маркетинговая деятельность компании _____

C5. Группа людей, на которых нацелено рекламное сообщение_____

Б1.В.01.23 Связи с общественностью в некоммерческих организациях

КИМы

Часть А

A1. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

A2. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

A3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

A4. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

A5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

A6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами
- в) напротив хозяев

A7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

A8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

А9. Интервью:

- а) художественное описание работы фирмы
- б) обзор событий
- в) беседа в форме вопросов и ответов

А10. PR-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
- б) вице-президент по связям с общественностью
- в) менеджер по связям с общественностью

Часть В

В1. Некоммерческой организации как юридическому лицу присущи следующие характеристики

В2. Учредительными документами некоммерческих организаций являются:.....

В3. В учредительных документах некоммерческой организации должны определяться

В4. Основные цели деятельности некоммерческой организации.....

В5. Прибыль от предпринимательской деятельности некоммерческих организаций не распределяется среди

В6. Некоммерческая организация может быть создана в различных организационно-правовых формах.....

В7. Под общественным объединением понимается.....

В8. Общественными и религиозными организациями (объединениями) признаются.....

В9. Общественной организацией является.....

В10. Общественным движением является.....

Часть С

С1. Фондом признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели.

С2. Государственной корпорацией признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций. Государственная корпорация создается на основании федерального закона.

С3. Некоммерческим партнерством признается основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении деятельности, направленной на достижение целей, предусмотренных для некоммерческих организаций.

С4. Учреждением признается некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социокультурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая полностью или частично этим собственником.

С5. Общественным учреждением является не имеющее членства общественное объединение, ставящее своей целью оказание конкретного вида услуг, отвечающих интересам участников и соответствующих уставным целям указанного объединения.

Б1.В.01.24 История рекламы и связей с общественностью

Кимы

Часть А

А1. PR – это использование информации для влияния на:Выбор единственно правильного ответа

- А. общественное мнение
- Б. государственные органы власти
- В. средства массовой информации
- Г. покупателей

А2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?Выбор единственно правильного ответа

- А. с начала XVIII века
- Б. с начала XIX века
- В. с начала XX века
- Г. с начала XXI века

А3. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?Выбор единственно правильного ответа

- А. информация
- Б. законодательные акты
- В. коммерческие организации
- Г. подручные средства.

А4. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?Выбор единственно правильного ответа

- А. Деном Форрестолом
- Б. Томасом Джефферсоном
- В. Джоржем Бушем младшим
- Г. Семом Блейком

А5. Что является главной целью PR? Выбор единственно правильного ответа

- А. изменение общественного мнения
- Б. повышение уровня продаж
- В. доведение информации до потребителей
- Г. повышение рейтинга компании

А6. Что является объектом PR?Выбор единственно правильного ответа

- А. средства массовой информации
- Б. общество

В. информация

Г. коммерческие организации

А7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR? Выбор единственно правильного ответа

А. религиозные организации

Б. общество

В. органы государственной власти

Г. бизнес организации

А8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR: Выбор единственно правильного ответа.)

А. формирование имиджа

Б. изучение общественного мнения

В. анализ экономической деятельности предприятия

Г. исследование отношений в организации

А9. Какая модель информационной политики не существует:

А. тоталитарная

Б. релятивистская

В. дисциплинарная

Г. диалоговая

А10. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики? Выбор единственно правильного ответа

А. формирование общенациональных ценностей

Б. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры

В. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения

Г. создание новых рабочих мест

Часть В

В1. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? Выбор единственно правильного ответа

А. определение проблемы

Б. планирование программы

В. оценка программы

Г. интерпретация общественного мнения

5. осуществление коммуникаций

В2. PR – это (выберите единственное верное определение)

А. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.

Б. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность

В. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью

Г. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

В3. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются: Выбор единственно правильного ответа

- А. средства связи
- Б. средства массовой информации
- В. службы PR
- Г. общественность

В4. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: Выбор единственно правильного ответа

- А. телевидение
- Б. филиалы организации на местах
- В. телеграфное агентство
- Г. радио

В5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе: Выбор единственно правильного ответа

- А. новостной релиз
- Б. пресс-релиз
- В. стрингер
- Г. медиа-кит

В6. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио: Выбор единственно правильного ответа

- А. радиожурнал
- Б. радиопередача
- В. радиоприем
- Г. новостная программа

В7. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации: Выбор единственно правильного ответа

- А. Телевидение
- Б. Радио
- В. Пресса
- Г. Интернет

В8. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

- А. Кодекс ИПРА (IPRA)
- Б. Кодекс этики государственных служащих
- В. Трудовой кодекс
- Г. Гражданский кодекс
- Д. Административный кодекс

В9. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов": Выбор единственно правильного ответа

- А. финансовые
- Б. материальные
- В. этические
- Г. гражданские

В10. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере: Выбор единственно правильного ответа

- А. Субъекты информационного воздействия

- Б. Результаты PR акций
- В. Формы коммуникаций
- Г. Средства передачи информации

Часть С

Укажите, как называется...

С1. Элемент рекламного комплекса, несущий смысл рекламного объявления и определяющий способ его передачи (устно или письменно) _____

С2. Группа потенциальных покупателей, объединенных общим интересом, потребностью, способных использовать предлагаемые товары и услуги к собственной выгоде, имеющих необходимые для приобретения средства и готовых оплатить покупную стоимость товаров и услуг _____

С3. Рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается _____

С4. Слово, имя, знак, символ или их сочетание, художественно оформленные и применяемые для индивидуализации и выделения производителей, продающих организаций или товаров среди конкурентов _____

С5. Характерно оформленное наименование продукта или его изготовителя. Аналогично торговой марке логотип призван облегчить покупателю идентификацию товара или изготовителя непосредственно в торговой точке _____

Б1.В.01.25.ДВ.01.01 Социальная реклама

Кимы

Часть А.

А 1. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

а) потребители; б) рекламораспространители; в) рекламодатели; г) целевые аудитории.

А 2. Связь рекламы с маркетингом заключается в:

а) атрибутах товара (услуги); б) продвижении; в) целях и задачах дисциплины; г) объекте воздействия.

А 3. Исторически первая форма массовой рекламы: а) рекламные сувениры; б) реклама в газетах; в) печатная реклама; г) наружная реклама.

А 4. Рекламой является:

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

А 5. Прямая реклама использует следующие формы:

а) письма, открытки; б) каталоги, проспекты; в) рекламные ТВ-ролики; г) календари.

А 6. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

а) стимулирование покупки; б) информирование о местах продажи; в) формирование потенциальных потребителей; г) стабилизация круга покупателей.

А 7. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы: а) информативная реклама; б) побудительная реклама; в) напоминающая реклама; г) сравнительная реклама.

А 8. Логотип – это:

- а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);
- б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);
- в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

А 9. Рекламный слоган – это:

- а) стихотворная форма рекламного обращения;
- б) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;
- в) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;
- г) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.

А 10. На информационном листе не размещается: а) фирменный знак; б) логотип; в) атрибуты фирменной символики; г) атрибуты адресата

Часть В

В 1. Укажите, какие решения принимаются при работе над рекламным обращением:

- а) формирование идеи обращения; б) составление слогана; в) исполнение обращения; г) составление сметы расходов; д) оценка и выбор вариантов обращения.

В 2. Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:

- а) увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги; б) воспитание в человеке разумных потребностей; в) анализ конкурентов; г) обеспечение бесперебойного сбыта производственной продукции; д) формирование спроса на продукцию.

В 3. Установите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:

- а) проявление эмоций; г) поддержание интереса; б) убеждение; д) действие (совершение покупки); в) привлечение внимания; е) принятие решения.

В 4. Основные функции рекламы

- А) Психологическая
- Б) Экономическая
- В) Политическая
- Г) Маркетинговая

В 5. Что относится к некоммерческой рекламе?

- А) Товарная реклама
- Б) Социальная реклама

В 6. Кто является основоположником психологии рекламы?

- А) Е.Зарецкая
- Б) В. Шуванов
- В) В. Скотт

В 7. Верно ли утверждение : «Если бы не было противоречий – не было бы развитий»

- А) Да, верно
- Б) Нет, неверно

В 8. Социальное сравнение подразумевает:

- А) ориентация субъектов соответствовать высоким оценкам
- Б) сравнение субъектом себя с другими субъектами
- В) выбор субъектом средств саморекламы

В 9. Основная задача рекламы:

- А) развивать человека как личность
- Б) стимулирование сбыта

В 10. Что относится к психическим процессам:

- А) Ощущение
- Б) Память
- В) Нет правильного ответа

Часть С

С1. Разработайте концепцию плаката для рекламы специальности «Реклама и Связи с общественностью».

С2. Реклама в эстетической среде современных городов. На примере своего родного города.

С3. Разработайте проект концепции социальной рекламы, направленной на укрепление семейных ценностей. Определите основные каналы рекламной коммуникации и рекламные носители.

С4. Разработайте проект концепции социальной рекламы, направленной на охрану окружающей среды. Определите основные каналы рекламной коммуникации и рекламные носители. Условие: В Росси объём выбрасываемого отходного материала населением и производственными предприятиями ежегодно увеличивается, сейчас уже этот показатель дошёл до 500-800 кг в год на каждого жителя больших городов. А в некоторых городах эти показатели достигают 1000 кг на жителя в год. При том что это число ежегодно увеличивается, нужно немедленно принять меры, для борьбы с образованием отходов и их скоплению на территории страны. Ежегодно, с каждых 150 – 170 тонн мусора, четверть — это токсичные материалы, из которых лишь 25 – 30 % утилизируются или обезвреживаются, оставшаяся часть, попадает в поверхностные воды и почву, тем самым убивая миллионы

мелких животных, а также вызывает эпидемиологические заболевания у людей. С такой нагрузкой, природная среда просто не может справиться и очистить себя самостоятельно.

С5. Разработайте проект концепции социальной рекламы, направленной на безопасность жизни детей. Определите основные каналы рекламной коммуникации и рекламные носители. Условие: РФ уже много лет входит в пятерку стран - лидеров по числу детей, погибших в дорожно-транспортных происшествиях. Из года в год под колесами машин у нас оказываются больше 20 000 тех, кому еще не исполнилось и шестнадцати. По данным Госавтоинспекции МВД России, из них погибают чуть меньше тысячи. По данным европейской комиссии ООН за 2006 год, смертность детей и молодых людей в возрасте до 24 лет в результате дорожных происшествий составляла в России 4,7 чел. на 100 000 населения. Для сравнения: в Испании в авариях гибнет один ребенок на 100 000. Показатель в 1,2 - средний по Европе.

Б1.В.01.25.ДВ.01.02 Социальное проектирование

Кимы

Часть А.

А 1. Под проектом понимается система сформулированных в его рамках ..., создаваемых или модернизируемых для их реализации физических объектов, технологических процессов; технической и организационной документации для них, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению.

1. задач
2. целей
3. нововведений
4. планов

А 2. Верно ли утверждение, что жизненные позиции, способы жизнедеятельности, качество и стиль жизни являются объектами социального проектирования?

1. да
2. нет

А 3. В качестве субъекта социального проектирования могут выступать:

1. личность
2. социальный институт
3. трудовой коллектив
4. все варианты верны

А 4. Таблицы, чертежи, бланки, схемы, сети взаимодействий, макеты, коды, символы, алгоритмы, матрицы относятся к ... осуществления социального проектирования:

1. методам
2. методикам
3. средствам
4. технологиям

А 5. Результат полезной деятельности отдельных лиц, а также организаций, направленной на удовлетворение определенных потребностей людей, называют:

1. прибылью
2. коэффициентом полезной деятельности
3. услугой
4. эффектом

А 6. Результат полезной деятельности отдельных лиц, а также организаций, направленной на удовлетворение определенных потребностей слабо защищенных слоев населения, называют:

1. социальной помощью
2. социальной услугой
3. социальной поддержкой
4. социальной защитой

А 7. Верно ли, что инновационные проекты называют также реанимационными, реставрационными?

1. да
2. нет

А 8. Безвозмездное предоставление владельцем средств фиксированной денежной суммы исполнителю обусловленных работ или услуг – это:

1. грант
2. субсидия
3. кредит
4. инвестиция

А 9. Государственное финансовое пособие юридическим и физическим лицам в виде ассигнования на покрытие убытков, сбалансирование бюджета – это:

1. грант
2. субсидия
3. кредит
4. инвестиция

А 10. Соотнесите типы проектов по масштабу и их характеристику:

1. микропроект	1. состоит из взаимосвязанных проектов
2. малый проект	2. индивидуальная инициатива, получающая признание окружающих
3. мегапроект	3. небольшое число потребителей, простота в управлении

Часть В

В 1. Социальный проект предполагает следующие виды воздействий на материальные и духовные ценности:

1. создание
2. ликвидация
3. модернизация
4. поддержание

В 2. Соотнесите объекты социального проектирования и их составляющие:

1. объекты, поддающиеся организованному воздействию	1. трудовые коллективы, социальные группы
2. человек	2. качество, стиль жизни, жизненные позиции
3. соц. структура общества	3. интересы, ценности, установки, социальный статус
4. общественные отношения	4. предметы труда, духовная культура, социальная деятельность
5. образ жизни	5. управленческие, семейно-бытовые отношения

В 3. Особенности услуг являются:

1. платный характер
2. невещественный характер
3. отсутствие взаимозаменяемости
4. возможность накопления

В 4. Нестационарные учреждения социального обеспечения предоставляют следующие услуги:

1. помощь на дому
2. консультации
3. проживание в доме-интернате
4. опека хосписа

В 5. Стационарные учреждения социального обеспечения предоставляют следующие услуги:

1. помощь в трудоустройстве
2. консультации
3. проживание в доме-интернате
4. опека хосписа

В 6. Соотнесите название предмета социального проектирования и его содержание:

1. новая вещь	1. мода, имидж
2. услуга	2. учреждение социальной службы, отрасль
3. мероприятие	3. оборудование, здание, сооружение
4. невещественные свойства	4. консультация, проживание в доме-интернате
5. организация	5. выставка, праздник города

В 7. По характеру проектируемых изменений выделяют следующие проекты:

1. образовательные
2. инновационные
3. научно-технические
4. поддерживающие

В 8. Инновационные проекты предполагают:

1. внедрение новых разработок
2. сохранение культурного достояния
3. осмысление социальных последствий
4. решение задач экологического характера

В 9. Соотнесите типы проектов и критерии их выделения:

1. характер проектируемых изменений	1. микропроекты, малые проекты, мегапроекты
2. направление деятельности	2. благотворительные, инвестиционные
3. особенности финансирования	3. инновационные, поддерживающие
4. масштаб	4. образовательные, культурные, научно-технические

В 10. Соотнесите тип проекта по особенностям финансирования и его характеристику:

1. инвестиционный проект	1. субсидии, гранты
2. спонсорский проект	2. предоставление средств с целью рекламы фирмы
3. кредитный проект	3. вклад собственности в дело с целью извлечения прибыли
4. благотворительный проект	4. получение средств возможно при условии предоставления гарантий
5. бюджетный проект	5. меценатство

Часть С

С 1. Сформулируйте основные характеристики социального партнерства.

С 2. Какие условия необходимо обеспечить, чтобы взаимодействие нескольких представителей трех секторов общества можно было квалифицировать как социальное партнерство?

С 3. Какую помощь можно запрашивать от социального партнера на предпроектном и собственно проектировочном этапах создания проекта?

С 4. Приведите примеры из своей практики, когда при реализации социального проекта можно не прибегать к социальному партнерству.

С 5. Что такое социальное проектирование? Объясните понятие.

Б1.В.01.25.ДВ.02.01 Методы составления рекламных текстов и сценариев PR-компаний

Кимы

Часть А

A1 Термин «реклама» происходит от лат. слова «reklamare», что значит:

А. громко кричать, извещать.

Б. активно продавать

В. рассказывать о товаре

A2. Реклама начала появляться

А. еще задолго до нашей эры

Б. в средние века

В. в середине 19 века

A3. источником брендовой рекламы были

А. Геральдические знаки

Б. гербовые печати

В. клейма, которыми метили скот и рабов;

A4. В России ненадлежащая реклама

А. разрешена с некоторыми ограничениями

Б. запрещена. Ее использование является нарушением законодательства РФ

В. запрещена, но за её использование не наказывают.

A5. Основными целями рекламной кампании НЕ могут быть:

А. формирование у потребителя эффекта узнавания товара;

Б. формирование у потребителя новых потребностей, что впоследствии приводит к увеличению сбыта товара;

В. формирование у потребителя художественного вкуса

A6. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

а) производители товаров и услуг

б) рекламораспространители;

в) целевые аудитории

A7. Рекламой является:

а) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы;

б) выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы;

в) сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы.

A8. Прямая реклама использует следующие формы:

а) письма, открытки;

б) рекламные ТВ-ролики;

в) рекламный модуль в газете

A9. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

а) стимулирование покупки;

б) информирование о местах продажи;

в) формирование потенциальных потребителей;

A10. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

а) информативная реклама;

б) побудительная реклама;

в) напоминающая реклама.

Часть В

- В1. Заказчиком рекламы является.....
- В2. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя.....
- В3. Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое одним форматом -
- В4. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров -
- В5. Логотип – это.....
- В6. Рекламный слоган – это.....
- В7. Рекламораспространитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или распространение) рекламной информации.....
- В8. Рекламный процесс представляет собой.....
- В9. «Эхо-фраза» представляет собой.....
- В10. На информационном листе не размещается.....

Часть С

С1. Определить тип слогана

- «ПРИДИ В БАНК ДЕЙСТВОВАТЬ» -
- «ВЕРОЯТНО, ЛУЧШЕЕ ПИВО В МИРЕ» -
- «МИРОВОЙ ЛИДЕР» -
- «РАЗВЕ Я НЕ ЦЕНЮ КАЧЕСТВО?» -
- «НЕ ОБОЖГИСЬ! НЕ ОСТУПИСЬ! НЕ ПРОКОЛИСЬ!» -
- «НОВОЕ... ХОРОШО ПОКРАШЕННОЕ СТАРОЕ» -
- «НАША КОЖА ТЕРЯЕТ ОКОЛО ½ Л ВОДЫ. КАЖДЫЙ ДЕНЬ» -
- «ГОВОРЯТ, ЗДОРОВЬЕ НЕ КУПИШЬ, НО ЧЛЕНЫ НАШЕГО КЛУБА ЗНАЮТ, ЧТО ЭТО НЕ ТАК» -
- «МАРТИНИ – БОКАЛ ПОЭЗИИ» -
- «KLM- ЛУЧШАЯ В МИРЕ АВИАЛИНИЯ» -

С2. Определить выразительные средства слогана

№ п/п	Прием	№ п/п	Слоган
1	Сравнение	1	"Вселенная в твоём компьютере"
2	Метафора	2	"Тефаль всегда думает о нас"
3	Гипербола	3	Вы точно ничего не забыли?" (налоговая полиция)
4	Литота	4	"Не просто чисто - безупречно чисто!"
5	Олицетворение	5	"Радуга фруктовых ароматов"
6	Ирония	6	"Кусочек Италии каждый день"
7	Цитация	7	"Прекрасна, как день, загадочна, как ночь"
8	Хиазм	8	Брать или не брать? – вот в чём вопрос"

9	Анафора	9	"Ваши деньги - это бумага. Наши бумаги - это деньги".
10	Эпифора	10	"Хорошие хозяйки любят "Лоск"
11	Каламбур	11	"Музыкайф"
12	Контаминация	12	"Верблюды жуят иголки, а качество – в "Пятерочке".
13	Параллельные конструкции	13	«Чистота – чисто "Тайд"»

С3 Определите вид рекламной аргументации

- Как сделать жизнь Ваших волос блестящей? С Wella Vitality Ваши волосы, как и Вы, полны жизни. Шампуни с АКТИВНЫМИ ПРОТЕИНАМИ улучшают структуру Ваших волос и ЗНАЧИТЕЛЬНО УКРЕПЛЯЮТ их. Разве Вы и Ваши волосы не должны себя чувствовать одинаково хорошо?
- Гордая улыбка. Мечтательная улыбка. Задорная улыбка. Счастливая улыбка. Секрет наших улыбок — «Новый Жемчуг», зубная паста, которой в России пользуется каждый третий.
- Faigy. Отмывает жир даже в холодной воде.
- Батарейки Duracell. Работают дольше. Намного дольше.
- Бытовая техника «Филипс». Изменим жизнь к лучшему.
- Lancome Paris. Наконец-то тон для лица обеспечивает стойкость и комфорт с утра до вечера.
- Ariston. Мы угадываем желания.
- Голосуй сердцем! Голосуй, а то проиграешь!

С4. Определите структуру рекламного текста. Дайте характеристику каждой части рекламного текста.

Удачной охоты! В казино «Premier» открыта «охота на ягуара». Главный трофей – автомобиль «JAGUAR S-Type». Дизайн автомобиля в стиле ретро-классики, внешний лоск и роскошь интерьера удовлетворяют самый изысканный вкус, а его родословная выступает надежной гарантией превосходной езды. Такой автомобиль служит отличной рекомендацией стиля и вкуса своего хозяина. Обладателем «Охотничьей лицензии» может стать каждый гость казино, получивший определенное количество баллов. Не надо мечтать о Ягуаре - прими участие в охоте и выиграй!

С5. Определите структуру рекламного текста. Дайте характеристику каждой части рекламного текста.

Чем отличается чай «Ахмад» в пакетиках? Чай «Ахмад» в пакетиках представляет собой особую гордость мастеров чайного дела. Благодаря тщательному подбору чайных листочков высшего качества чай «Ахмад» в пакетиках сохраняет все богатство вкуса и аромата. Знаменитая традиция five o' clock была учреждена в Англии. Современные англичане пьют чай почти каждый час, и ни один начальник не решается нарушить

почтенную традицию. Чашечка благородного «Английского чая №1 Ахмад» в пакетиках доставит вам удовольствие высшего качества во время коротких перерывов в течение рабочего дня.

Б1.В.01.25.ДВ.02.02 Медиа-проекты кейсы из мировой практики

Кимы

Часть А

А1.Медиатекст - это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

- a. субтитры.
- b. конкретный результат медиапродукции – сообщение в любом виде и жанре медиа.
- c. текст, нанесенный на поверхности корпусов медиатехники в виде знаков и символов.
- d. текст, содержащийся в инструкциях по использованию медиатехники.

А2.Медийный монтаж – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

- a. сборка отдельных блоков медиааппаратуры.
- b. удобное размещение медиатехники в интерьере любого помещения.
- c. процесс создания медиатекста путем «сборки»/«склейки» единого целого из отдельных частей.
- d. техническое устройство для мультимедийных спецэффектов.

А3.Категории медиа – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

- a. различные виды и формы медиааппаратуры.
- b. различные градации стоимости медиатехники.
- c. различные по структуре медиаагентства.
- d. различные виды, формы и жанры медиатекстов.

А4.Медiateка – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

- a. магазин, торгующий медиатехникой.
- b. структурное подразделение учреждения, включающее в себя информационные и мультимедийные средства разных видов, доступные для тех или иных категорий пользователей.
- c. прокатный пункт компьютерных дисков, видеокассет и DVD.
- d. терапевтический центр медитации.

А5.Медиакультура – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

- a. совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного

воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания в области медиа.

b. способность человека культурно вести себя в медиатеке.

c. способность культурного человека к медитации.

d. культура продажи медиатехники различных форм и видов.

A6. Медиавосприятие – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

a. выявление технического качества медиатехники.

b. восприятие объектов окружающей действительности в процессе медитации.

c. восприятие медиатекстов любых видов и жанров.

d. усвоение медицинских терминов различной степени сложности.

A7. Язык медиа – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

a. дизайн медиааппаратуры различных видов.

b. разговор во время медитации.

c. параметры медианы.

d. комплекс средств и приемов выразительности, используемых при создании конкретных медиатекстов.

A8. Медиакомпетентность – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

a. способность человека к восприятию («чтению»), интерпретации, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных видов и жанров.

b. способность человека разбираться в технических параметрах медиааппаратуры различного уровня сложности.

c. способность человека к грамотной медитации в пространстве виртуального мира.

d. способность человека к бережному обращению с медиатехникой разных видов.

A9. Фабула медиатекста – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

a. пересказ сюжета медиатекста вслух

b. часть медиатекста без пролога и эпилога

c. цепь событий в сюжете медиатекста, сюжетная схема медиатекста

d. изобразительный ряд медиатекста

A10. Медиарепрезентация – это...

(нужно выбрать только один вариант ответа)

a. презентация нового медиатекста на рынке

b. разнообразные виды и формы представления, переосмысления реальности в медиатексте через систему знаков, символов

c. презентация авторов нового медиатекста в средствах массовой информации.

d. презентация новых технологий создания медиатекста.

Часть В

Продолжите фразу:

- В1. Кто из режиссеров активно работал в 20-х годах XX века?
- В2. Когда появилась на телеэкранах игра КВН?
- В3. Когда изобрели радио?
- В4. Кто из деятелей медиакультуры получил известность как комедиограф?
- В5. «Монтаж аттракционов» родился в
- В6. Что получил фильм «Летят журавли» в Канне.
- В7. Продолжите фразу: «Эффект Кулешова» был разработан для...
- В8. Кто из этих мастеров медиакультуры прославился своей деятельностью в прессе?
- В9. Первый фильм А. Тарковского носит название.....
- В10. Неореализм – течение, зародившееся в.....

Часть С

С1. Переделать текст в форме рекламы-диалога

Почему мы теряем зубы? Либо из-за кариеса, либо вследствие воспаления десен. А причина всему – болезнетворные бактерии. В процессе эксплуатации зубные щетки заражаются вредными микробами и становятся их переносчиками. Чистое серебро 999 пробы, покрывающее зубные щетки и аксессуары Silver Care благодаря микротекстурированной щетине от Du Pont, уничтожают бактерий, вызывающих кариес, кровоточивость, потемнение эмали и несвежее дыхание. Используйте серебряную антибактериальную защиту Silver Care для взрослых и детей всех возрастов. В комплекте со щеткой – запасная съемная головка. Silver Care. Серебряная защита.

С2. Поиск ошибок в рекламном тексте

Текст:

Мне не страшен снег и зной, ведь иммунитет со мной! Кошкам, как и нам, не хватает чистого воздуха, простора, естественного солнечного света. Чтобы стойко сопротивляться этим проблемам, организму необходимо поддерживать свои силы. Whiskas® Immuno — подушечки с полезными лактобактериями La5, которые нормализуют пищеварение и поддерживают баланс микрофлоры желудочно-кишечного тракта кошки, что способствует всасыванию питательных веществ и детоксикации организма животного. Это ведет к оздоровлению организма, стимулированию иммунной системы кошки, защите организма животного от вредных бактерий и инфекций. Городской житель ежедневно сталкивается с негативными факторами внешней среды, которые ослабляют защитную систему организма, увеличивая шансы заболеть. Осенняя депрессия, зимние простуды и сонливость, весенний авитаминоз и летние аллергии, жара и пыль — для людей с пониженным иммунитетом каждое время года несет с собой массу неприятностей. Человек — существо разумное — знает слабые места своего организма и,

по возможности, старается себя оберегать и защищать. Кошки могут испытывать недомогания по тем же причинам, они связаны с ослабленным иммунитетом. Однако мы, хозяева, не всегда можем заметить легкие недомогания питомца, а ведь предупреждая незначительные проблемы, мы спасаемся от больших. Чтобы защитить организм вашей кошки, нужно всего лишь добавлять один раз в день 15–20 граммов (половина пачки) *Whiskas® Иммуно*. Для эффективного действия давать корм с пробиотиком необходимо регулярно и не менее двух недель подряд. Иммунитет укрепляется день за днем. *Whiskas® Иммуно* — это простой способ проявить заботу о питомце и уберечь его от вредных воздействий окружающей среды. При этом *WHISKAS Иммуно* остается любимым кормом вашей кошки. Просто один раз в день добавляйте *WHISKAS Иммуно* к обычному рациону, и вы обеспечите защиту вашей кошки от стрессов. *WHISKAS Иммуно* - защита не обязательно должна быть сложной! Но обязательно — вкусной!

С3. Разработать рекламный текст для одной из компаний, выходящих на рынок с новым товаром или со старым товаром, но на новый для себя рынок.

**С4. Подберите подпись для рекламы в газете.
Иллюстрации**



С5. Составьте блок-схему процесса выбора торговой марки потребителями.

Негативное отношение.

Незнание.

Настойчивость.

Избегание.

Предпочтение.

Узнавание.

ФТД. Факультативы. Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ФТД.В.01 Противодействие коррупции в профессиональной деятельности

КИМы

(1 вариант, 25 заданий)

А.1. Какое понятие используется Федеральным законом от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» при определении «коррупция»?

а) злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами, а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица;

б) злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения;

в) злоупотребление служебным положением в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами, а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица;

г) превосходство служебным положением в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами, а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица.

А.2. Противодействие коррупции - это деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти

субъектов РФ, органов местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и физических лиц в пределах их полномочий:

- а) по предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции (профилактика коррупции);
- б) по выявлению, предупреждению, пресечению, раскрытию и расследованию коррупционных правонарушений (борьба с коррупцией);
- в) по минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений;
- г) все перечисленное выше.

А.3. Конфликт интересов на государственной гражданской службе - это:

- а) ситуация, при которой личная заинтересованность государственного гражданского служащего влияет или может повлиять на объективное исполнение им должностных обязанностей;
- б) ситуация, при которой государственный гражданский служащий получает от соответствующего руководителя поручение, являющееся, по мнению государственного гражданского служащего, неправомерным;
- в) ситуация, при которой личная заинтересованность (прямая или косвенная) государственного гражданского служащего влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им должностных обязанностей;
- г) действие, при котором личная заинтересованность (прямая или косвенная) государственного гражданского служащего влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им должностных обязанностей.

А.4. Непринятие государственным гражданским служащим, являющимся стороной конфликта интересов, мер по предотвращению или урегулированию конфликта интересов является правонарушением, влекущим:

- а) применение мер дисциплинарной ответственности;
- б) отстранение государственного гражданского служащего от исполнения должностных обязанностей на время проведения служебной проверки;
- в) увольнение государственного гражданского служащего с государственной гражданской службы;
- г) все перечисленное выше.

А.5. Что не относится к ограничениям, связанным с государственной гражданской службой?

- а) близкое родство или свойство (родители, супруги, дети, братья, сестры, а также братья, сестры, родители, дети супругов и супруги детей) с государственным гражданским служащим, если замещение должности

государственной гражданской службы связано с непосредственной подчиненностью или подконтрольностью одного из них другому;

б) выход из гражданства Российской Федерации или приобретение гражданства другого государства;

в) вхождение в состав органов управления, попечительских или наблюдательных советов, иных органов иностранных некоммерческих неправительственных организаций и действующих на территории Российской Федерации их структурных подразделений, если иное не предусмотрено международным договором Российской Федерации или законодательством Российской Федерации;

г) все перечисленное выше.

А.6. Может ли гражданский служащий выполнять иную оплачиваемую работу?

а) нет;

б) да, с предварительным уведомлением представителя нанимателя, если это не повлечет за собой конфликт интересов;

в) да, после предварительного одобрения представителем нанимателя и если это не повлечет за собой конфликт интересов;

г) да, после предварительного разрешения представителем нанимателя и если это не повлечет за собой конфликт интересов.

А.7. Гражданин, замещавший должность государственной гражданской службы, включенную в перечень должностей, установленный нормативными правовыми актами Российской Федерации, в течение двух лет после увольнения с государственной гражданской службы:

а) имеет право замещать на условиях трудового договора должности в организации и (или) выполнять в данной организации работы (оказывать данной организации услуги) в течение месяца стоимостью более ста тысяч рублей на условиях гражданско-правового договора (гражданско-правовых договоров), если отдельные функции государственного (административного) управления данной организацией входили в должностные (служебные) обязанности государственного гражданского служащего;

б) имеет право замещать на условиях трудового договора должности в организации и (или) выполнять в данной организации работы (оказывать данной организации услуги) в течение месяца стоимостью более ста тысяч рублей на условиях гражданско-правового договора (гражданско-правовых договоров), если отдельные функции государственного, муниципального (административного) управления данной организацией входили в должностные (служебные) обязанности государственного гражданского служащего, с согласия соответствующей комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих и урегулированию конфликта интересов;

в) имеет право замещать на условиях трудового договора должности в организации и (или) выполнять в данной организации работы (оказывать данной организации услуги) в течение месяца стоимостью не более ста тысяч рублей на условиях гражданско-правового договора (гражданско-правовых договоров), если отдельные функции государственного, муниципального (административного) управления данной организацией входили в должностные (служебные) обязанности государственного гражданского служащего, с согласия соответствующей комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих и урегулированию конфликта интересов

г) не имеет право замещать на условиях трудового договора должности в организации и (или) выполнять в данной организации работы (оказывать данной организации услуги) в течение месяца стоимостью не более пятисот тысяч рублей на условиях гражданско-правового договора (гражданско-правовых договоров), если отдельные функции государственного, муниципального (административного) управления данной организацией входили в должностные (служебные) обязанности государственного гражданского служащего, с согласия соответствующей комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих и урегулированию конфликта интересов.

А.8. Дисциплинарным проступком государственного гражданского служащего признается:

а) неисполнение незаконных распоряжений вышестоящего руководителя;

б) неисполнение или ненадлежащее исполнение по его вине возложенных на него служебных обязанностей;

в) неисполнение или ненадлежащее исполнение возложенных на него служебных обязанностей;

г) несоблюдение или ненадлежащее исполнение возложенных на него служебных обязанностей.

А.9. Государственного гражданского служащего можно привлечь к дисциплинарному взысканию:

а) непосредственно после обнаружения дисциплинарного проступка, но не позднее одного месяца со дня его обнаружения, не считая периода временной нетрудоспособности государственного гражданского служащего, пребывания его в отпуске, других случаев отсутствия его на службе по уважительным причинам, а также времени проведения служебной проверки;

б) непосредственно после обнаружения дисциплинарного проступка, но не позднее шести месяцев со дня обнаружения дисциплинарного проступка, а по результатам проверки финансово-хозяйственной деятельности или аудиторской проверки - позднее двух лет со дня совершения дисциплинарного проступка;

в) по результатам проведения служебной проверки, но не позднее одного месяца со дня его совершения, не считая периода временной нетрудоспособности государственного гражданского служащего, пребывания его в отпуске, других случаев отсутствия его на службе;

г) по итогам проведения служебной проверки, но не позднее одного месяца со дня его совершения, не считая периода временной нетрудоспособности государственного гражданского служащего, пребывания его в отпуске, других случаев отсутствия его на службе.

A.10. К дисциплинарным взысканиям не относится:

а) освобождение от замещаемой должности государственной гражданской службы;

б) выговор;

в) предупреждение о неполном должностном соответствии;

г) замечание.

Часть В

В.1. Установите соответствие между понятиями и их содержанием:

Понятие

коррупция (А)

противодействие коррупции (В)

нормативные правовые акты Российской Федерации (С)

функции государственного, муниципального (административного) управления организацией (D)

Содержание

полномочия государственного или муниципального служащего принимать обязательные для исполнения решения по кадровым, организационно-техническим, финансовым, материально-техническим или иным вопросам в отношении данной организации, в том числе решения, связанные с выдачей разрешений (лицензий) на осуществление определенного вида деятельности и (или) отдельных действий данной организацией, либо готовить проекты таких решений (1)

федеральные нормативные правовые акты (федеральные конституционные законы, федеральные законы, нормативные правовые акты Президента Российской Федерации, нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации, нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти и иных федеральных органов) (2)

злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для

третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами (3)

деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и физических лиц в пределах их полномочий(4).

В.2. Установите соответствие между видом понятием и его содержанием:

Понятие

государственные должности Российской Федерации и государственные должности субъектов Российской Федерации (далее также - государственные должности) (А)

представитель нанимателя (В)

Содержание

должности, устанавливаемые Конституцией Российской Федерации, федеральными законами для непосредственного исполнения полномочий федеральных государственных органов, и должности, устанавливаемые конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации для непосредственного исполнения полномочий государственных органов субъектов Российской Федерации (1)

руководитель государственного органа, лицо, замещающее государственную должность, либо представитель указанных руководителя или лица, осуществляющие полномочия нанимателя от имени Российской Федерации или субъекта Российской Федерации (2)

В.3. Установите соответствие между содержанием и правами, обязанностями гражданского служащего:

Содержание

обеспечение надлежащих организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей (А)

ознакомление с должностным регламентом и иными документами, определяющими его права и обязанности по замещаемой должности гражданской службы, критериями оценки эффективности исполнения должностных обязанностей, показателями результативности профессиональной служебной деятельности и условиями должностного роста (В)

соблюдать Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы, федеральные законы, иные нормативные правовые акты Российской Федерации, конституции (уставы), законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации и обеспечивать их исполнение (С)

исполнять должностные обязанности в соответствии с должностным регламентом (D)

отдых, обеспечиваемый установлением нормальной продолжительности служебного времени, предоставлением выходных дней и нерабочих праздничных дней, а также ежегодных оплачиваемых основного и дополнительных отпусков (Е)

оплату труда и другие выплаты в соответствии с настоящим Федеральным законом, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и со служебным контрактом (F)

исполнять поручения соответствующих руководителей, данные в пределах их полномочий, установленных законодательством Российской Федерации (G)

соблюдать при исполнении должностных обязанностей права и законные интересы граждан и организаций (H)

Права, обязанности

права (1)

обязанности (2)

В.4. Установите соответствие между существенными условиями служебного контракта и условиями служебного контракта:

Содержание наименования замещаемой должности гражданской службы с указанием подразделения государственного органа (А) дата начала исполнения должностных обязанностей (В) права и обязанности гражданского служащего, должностной регламент (С) виды и условия медицинского страхования гражданского служащего и иные виды его страхования (D) права и обязанности представителя нанимателя (Е) испытание (F) неразглашение сведений, составляющих государственную и иную охраняемую федеральным законом тайну, и служебной информации, если должностным регламентом предусмотрено использование таких сведений (G) обязанность лица проходить гражданскую службу после окончания обучения в профессиональной образовательной организации или образовательной организации высшего образования не менее установленного договором о целевом обучении срока, если обучение осуществлялось за счет средств соответствующего бюджета (H)

Условия

Существенные условия (1)

Условия (2)

В.5. Установите соответствие между ситуациями, когда устанавливается испытательный срок при приеме на государственную гражданскую службу и когда нет:

Ситуации при назначении гражданина или гражданского служащего на должность гражданской службы, назначение на которую и освобождение от которой осуществляются Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации, - на срок от одного месяца до одного года (А) при назначении на должность гражданской службы гражданина, ранее проходившего государственную службу Российской

Федерации, - на срок от одного до шести месяцев (В) при назначении гражданского служащего на должность гражданской службы в порядке перевода из другого государственного органа - на срок от одного до шести месяцев (С) для граждан, получивших среднее профессиональное образование по программе подготовки специалистов среднего звена или высшее образование в соответствии с договором о целевом обучении с обязательством последующего прохождения гражданской службы и впервые поступающих на гражданскую (D) для гражданских служащих, назначенных на должность гражданской службы в порядке перевода в связи с сокращением должностей гражданской службы или упразднением государственного органа (Е)

Испытательный срок

Испытательный срок устанавливается (1)

Испытательный срок не устанавливается (2)

В.6. Установите соответствие между стажем и дополнительными днями к ежегодному отпуску государственного гражданского служащего:

Стаж

при стаже гражданской службы от 1 года до 5 лет (А)

при стаже гражданской службы от 5 до 10 лет (В)

при стаже гражданской службы от 10 до 15 лет (С)

при стаже гражданской службы 15 лет и более (D)

Продолжительность отпуска

10 календарных дней (1)

7 календарных дней (2)

5 календарных дней (3)

1 календарный день (4)

В.7. Соотнесите ежемесячную надбавку к должностному окладу за выслугу лет на гражданской службе и ее размер:

Стаж гражданской службы

от 1 года до 5 лет (А)

от 5 до 10 лет (В)

от 10 до 15 лет (С)

свыше 15 лет (D)

Процент

30 (1)

20 (2)

15 (3)

10 (4)

В.8. Соотнесите признак коррупционного правонарушения и его содержание:

Содержание

Запрещено законом под угрозой наказания (А)
Коррупционные правонарушения совершаются всегда умышленно (В)
Посвящает на государственную власть, интересы государственной власти, местного самоуправления (С)
Признак
Виновность (1)
Общественная опасность (2)
Противоправность (3)

В.9. Соотнесите полномочие и представителя государственной власти

Полномочие
определяет основные направления государственной политики в области противодействия коррупции (А)
устанавливает компетенцию федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностью которых он осуществляет, в области противодействия коррупции (В)
обеспечивает разработку и принятие федеральных законов по вопросам противодействия коррупции, а также контролирует деятельность органов исполнительной власти в пределах своих полномочий (С)
распределяет функции между федеральными органами исполнительной власти, руководство деятельностью которых оно осуществляет, по противодействию коррупции (D)
Представители государственной власти
Президент Российской Федерации (1)
Федеральное Собрание Российской Федерации (2)
Правительство Российской Федерации (3)

В.10. Установите соответствие между нормативным актом и предметом его регулирования.

Предмет регулирования
Предметом регулирования настоящего Федерального закона являются отношения, связанные с поступлением на государственную гражданскую службу Российской Федерации, ее прохождением и прекращением, а также с определением правового положения (статуса) федерального государственного гражданского служащего и государственного гражданского служащего субъекта Российской Федерации (А)
Настоящим Федеральным законом устанавливаются основные принципы противодействия коррупции, правовые и организационные основы предупреждения коррупции и борьбы с ней, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений (В)
Нормативный акт
Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О противодействии коррупции» (1)

Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ (ред. от 01.05.2019) «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (2)

Часть С

С.1. Государственными гражданскими служащими Администрации города Н. были получены подарки: в связи с протокольными мероприятиями; со служебными командировками.

Какой статус приобретают данные материальные ценности.

С.2. Государственными гражданскими служащими Администрации города Н. были совершены коррупционные правонарушения.

Охарактеризуйте порядок привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения.

С.3. Гражданин С. будучи государственным гражданским служащим не представил сведения о своих доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера.

Какие меры ответственности за данное действие предусмотрены федеральным законодательством.

С.4. Гражданин Ш. будучи государственным гражданским служащим при исполнении своих служебных обязанностей не соблюдал ограничения и запреты, требования о предотвращении или об урегулировании конфликта интересов и неисполнение обязанностей, установленных в целях противодействия коррупции.

Какие меры ответственности за данное действие предусмотрены федеральным законодательством.

С.5. Гражданин Н. будучи государственным гражданским служащим принял участие на платной основе в деятельности органа управления коммерческой организацией.

Какие меры ответственности за данное действие предусмотрены федеральным законодательством.

ФТД.В.02 Стратегии противодействия международному терроризму

КИМы

(1 вариант, 25 заданий)

Часть А

Вопрос 1. Понятие значения термина терроризм?

1. Политика, основанная на систематическом запугивании;
2. Политика, основанная на систематическом применении террора;
3. Политика сглаживания межличностных отношений;
4. Политика, систематического насилия;

5. Политика, урегулирования этнических конфликтов.

Вопрос 2. По характеру субъекта террористическая деятельность может подразделяться на:

1. Неорганизованный терроризм;
2. Множественный терроризм;
3. Коллективный терроризм;
4. Исключительный терроризм;
5. Терроризм, предпочтения интересов.

Вопрос 3. Назовите виды социального терроризма:

1. Контрреволюционный (правый) терроризм;
2. Революционный (левый) терроризм;
3. Правоуклонистский терроризм;
4. Центристский терроризм;
5. Анти центристский терроризм.

Вопрос 4. К какому виду терроризма относится деятельность организации Ку – Клус – Клан?

1. Сепаратистский терроризм;
2. Мировоззренческий терроризм;
3. Уголовный терроризм;
4. Репрессивно – национальный терроризм;
5. Национально – освободительный терроризм.

Вопрос 5. Назовите номер и дату закона РФ, регламентирующего борьбу с терроризмом в Российской Федерации.

1. № 56 от 12 апреля 2005 года;
2. № 71 от 31 июля 2005 года;
3. № 35 от 6 марта 2006 года;
4. № 131 от 17 сентября 2006 года;
5. № 17 от 21 января 2007 года.

Вопрос 6. Назовите определение терроризма в праве России.

1. Политика, основанная на систематическом запугивании на основе применения сила;
2. Идеология удержания в страхе населения страны;
3. Политика применения террора;
4. Идеология насилия и практика воздействий на общественное сознание;
5. Политика запугивания населения.

Вопрос 7. Назовите виды национального терроризма.

1. Левоцентристский терроризм;
2. Сепаратистский терроризм;
3. Национально – освободительный терроризм;
4. Репрессивный национальный терроризм;
5. Уклонистский терроризм.

Вопрос 8. Назовите стратегии борьбы с терроризмом.

1. Консервативная;
2. Либеральной – демократическая;

3. Национально – прогрессивная;
4. Крайне – центристская;
5. Прогрессивная.

Вопрос 9. Согласно ФЗ РФ «О противодействии терроризму», назовите количество принципов противодействий терроризму .

1. 11;
2. 17;
3. 21;
4. 13;
5. 15.

Вопрос 10. Назовите основные виды деления современного терроризма.

1. Национальный;
2. Государственный;
3. Религиозный;
4. Оппозиционный;
5. Транснациональный.

Часть В

Вопрос 1. Определите, кто из нижеперечисленных субъектов относится к субъектам общегосударственной системы противодействия терроризму.

1. Уполномоченный органы государственной власти;
2. Негосударственные органы и объединения;
3. Коммерческие предприятия;
4. Категория граждан, оказывающих содействие органам государственной власти в осуществлении мероприятий в данной сфере;
5. Общественный объединения.

Вопрос 2. Определите полномочия Президента Российской Федерации в области политики противодействия терроризму.

1. Устанавливает компетенцию федеральных органов исполнительной власти по борьбе с терроризмом;
2. Дает указания органам представительной власти об установлении правовой основы борьбы с терроризмом;
3. Контролирует законодательную инициативу в области борьбы с терроризмом;
4. Принимает решение об использовании за пределами территории РФ формирований Вооруженных Сил РФ для борьбы с террористической деятельностью, осуществляемой против РФ;
5. В своей компетенции, дает указания Федеральному Собранию Российской Федерации о применении мер антитеррора.

Вопрос 3. Определите, какие направления являются основными направления деятельности системы противодействия терроризму.

1. Силовое противодействие терроризму;
2. Устранение внутренних источников терроризма;
3. Противодействие международному терроризму;
4. Снижение тяжести последствий террористического акта;
5. Мониторинг обстановки внутри страны в целях выявления потенциальных угроз.

Вопрос 4. Определите, имеются ли в перечисленных ниже направлениях направления противодействия терроризму.

1. Профилактика терроризма;
2. Борьба с терроризмом;
3. Пропаганда терроризма;
4. Минимизация террористических актов;
5. Одушевление терроризма.

Вопрос 5. Определите, в чьей компетенции находится определение организационных основ противодействия терроризму в Российской Федерации?

1. Правительство Российской Федерации;
2. Президент Российской Федерации;
3. Федеральные органы исполнительной власти;
4. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации;
5. Органы местного самоуправления, в пределах своих полномочий.

Вопрос 6. Определите, в чьей компетенции находится право введения правового режима контртеррористической операции на территории РФ?

1. Руководитель федерального органа исполнительной власти в области обеспечения безопасности;
2. По указанию руководителя федерального органа исполнительной власти иное должностное лицо, федерального органа исполнительной власти в области обеспечения безопасности;
3. Руководитель территориального органа федерального органа исполнительной власти в области обеспечения безопасности, если в отношении его не принято другого решения;
4. Представитель органа законодательной власти, по указанию руководителя органа исполнительной власти;
5. Руководитель органов федеральной службы безопасности Российской Федерации.

Вопрос 7. Определите общий объект террористического акта.

1. Общественные отношения в сфере нормальной жизнедеятельности населения;
2. Общественные отношения в области нормального функционирования общества;
3. Общественные отношения в экономическом развитии общества;

4. Вся совокупность общественных отношений, которым при совершении преступления причинен вред;
5. Совокупность общественных отношений, в конкретной сфере деятельности государства.

Вопрос 8. Определите когда лицо, участвовавшее в подготовке террористического акта, освобождается от уголовной ответственности?

1. Своевременно предупредило органы власти об осуществлении террористического акта, если в его действиях не содержалось состава иного преступления;
2. Лицо, участвующее в подготовке террористического акта своевременно предупредило органы власти об осуществлении террористического акта, если в его действиях не содержалось состава иного преступления;
3. Лицо, участвующее в подготовке террористического акта, способствовало предотвращению осуществления террористического акта, если в его действиях не содержалось состава иного преступления;
4. Лицо, участвующее в террористическом акте, добровольно явилось с явкой с повинной;
5. Лицо, участвующее в террористическом акте, после его совершения заключило соглашение с правосудием.

Вопрос 9. Определите, какими квалифицированными видами террористического акта являются деяния, совершенные:

1. Повлекшие по неосторожности смерть человека;
2. Совершенные неоднократно;
3. Совершенные группой лиц по предварительному сговору;
4. Совершенные в отношении двух и более лиц;
5. Повлекшие последствия, указанные в нормах права других статей УК РФ.

Часть С

Ситуационные задачи

С.1. Задача 1.

Вы случайно узнали, что в вашем населенном пункте открыто, действует террористическая группа. Ваши действия.

С.2. Задача 2.

Вы летите в самолете в Турцию на отдых. В середине полета несколько пассажиров встали, достали оружие и объявили, что самолет захвачен террористами. Двое террористов прошли в кабину пилотов, двое встали в разных концах салона и взяли «на мушку» пассажиров, двое террористов потребовали отдать личные вещи.

Какие правила безопасности необходимо соблюдать пассажирам в данной ситуации, чтобы сохранить жизнь и здоровье?

С.3. Задача 3.

Вас завалило обломками в результате взрыва при террористическом акте. Ваши действия.

С.4. Задача 4.

Вы приехали на вокзал, чтобы отправиться на поезде на отдых, вдруг на вокзале в противоположном крыле произошел взрыв. Ваши действия.

С.5. Задача 5.

Вы - руководитель крупной фирмы, на фирме 300 сотрудников. В середине дня по телефону вы выслушали сообщение о заложенной на предприятии бомбе. Ваши действия.

ФТД.В.03 Творческое наследие И.А. Бунина в научной и образовательной деятельности Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина
Часть А.

А1. И.А. Бунин родился в ...

- а) 1861;
- б) 1870;
- в) 1905;
- г) 1899.

А2. И.А. Бунин родился в...:

- а) Ельце;
- б) Москве;
- в) Воронеже;
- г) Липецке.

А3. Первое опубликованное стихотворение И.А. Бунина:

- а) «Памяти Надсона»;
- б) «Вечер»;
- в) «Родина»;
- г) «И цветы, и шмели, и трава...».

А4. В 1903 году за книгу «Листопад» и перевод «Песни о Гайавате» Бунин получил:

- а) Нобелевскую премию;
- б) Ленинскую премию;
- в) Пушкинскую премию;
- г) Николаевскую премию.

А5. Как называлось родовое имение Буниных?

- а) Ясная поляна;
- б) Озёрки;
- в) Болдино;
- г) Мишенское.

А6. В дневнике «Окаянные дни» отражены события:

- а) революции 1917 года;

- б) Второй мировой войны;
- в) эмиграции;
- г) обучения в мужской гимназии.

А7. Нобелевскую премию И.А. Бунин получил в:

- а) 1933;
- б) 1903;
- в) 1941;
- г) 1938.

А8. Какое из произведений не принадлежит перу И.А. Бунина:

- а) «Деревня»;
- б) «Степь»;
- в) «Над городом»;
- г) «Темные аллеи».

А9. Годы эмиграции И.А. Бунин провел в:

- а) Франции;
- б) Великобритании;
- в) Китае;
- г) США.

А10. Умер И.А. Бунин в:

- а) 1980;
- б) 1945;
- в) 1953;
- г) 1968.

Часть В.

В1. Установите соответствие между именем героя и названием произведения И.А. Бунина:

1) Оля Мещерская	а) «Темные аллеи»
2) Надежда	б) «Жизнь Арсеньева»
3) Лика	в) «Солнечный удар»
4) Без имени	г) «Легкое дыхание»

В2. Укажите рассказ, в котором есть такой пейзаж: «Улица была совершенно пуста. Дома были совершенно одинаковые, белые, двухэтажные, купеческие, с большими садами, и казалось, что в них нет ни души; белая густая пыль лежала на мостовой; и всё это слепило, всё было залито жарким, пламенным и радостным, но здесь как будто бесцельным солнцем»:

- а) «Солнечный удар»;

- б) «Чистый понедельник»;
- в) «Антоновские яблоки»;
- г) «Над городом»

Б3. Об этом храме И.А. Бунин в рассказе «Над городом» писал: "Глядя на колокольню снизу, с церковного двора, мы сами чувствовали, до чего мы еще малы, и было жутко немного, потому что облака в ясном весеннем небе медленно уходили от нас, а высокая белая колокольня, суживаясь кверху и блестя золотым крестом под облаками, медленно, плавно валились на церковный двор -- и крест был похож на человечка с распростертыми руками...". Назовите этот храм города Ельца.



Б4. Найти соответствия между символическими деталями, образами и произведениями И. А. Бунина:

1) старинные портреты предков, древние книги в кожаных переплетах	а) «Солнечный удар»
2) портрет босого Льва Толстого, Новодевичий монастырь, ресторан «Прага», турецкий диван, гранатовое бархатное платье	б) «Антоновские яблоки»
3) корабль «Атлантида», бушующий океан, нанятая за деньги танцующая пара, играющая в любовь	в) «Чистый понедельник»
4) розовый пароход, прекрасная незнакомка, яркий, солнечный день	г) «Господин из Сан- Франциско»

Б5. Определите рассказ И. Бунина по портрету героя.

а) «Нечто монгольское было в его желтоватом лице с подстриженными серебряными усами, золотыми пломбами блестели его крупные зубы, старой слоновой костью – крепкая лысая голова».

б) «...она ничего не боялась – ни чернильных пятен на пальцах, ни раскрасневшегося лица, ни растрёпанных волос, ни заголившегося при падении колена. Без всяких её забот и усилий и как-то незаметно пришло к ней всё то, что так отличало её ... - изящество, нарядность, ловкость, ясный блеск глаз».

в) «Платьице на ней ситцевое, рябенькое, башмаки дешёвые; икры и колени полные, девичьи, круглая головка с небольшой косой вокруг неё так мило откинута назад...»

г) «...тёмноволосая ...чернобровая и ...ещё красивая не по возрасту женщина, похожая на пожилую цыганку...»

Б6. Определите, на какой фотографии изображен храм, которому посвящены эти строки И. Бунина:

«Как въехали мы в город, не помню. Зато как помню городское утро! Я висел над пропастью, в узком ущелье из огромных, никогда мною не виданных домов, меня ослеплял блеск солнца, стекол, вывесок, а надо мной на весь мир разливался какой-то дивный музыкальный кавардак: звон, гул колоколов с колокольни Михаила Архангела, возвышавшейся надо всем в таком величии, в такой роскоши, какие и не снились римскому храму Петра, и такой громадой, что уже никак не могла поразить меня впоследствии пирамида Хеопса».



а)



б)



в)



г)

Б7. Назовите женщину на фото рядом с И.А. Буниным:



- а) В. Муромцева-Бунина;
- б) В. Пашенко;
- в) А. Цакни;
- г) М. Бунина.

Б8. Определите место, где находится памятник И.А. Бунину, установленный Е.П. Крикуновым в 1995 г. в Ельце:



- а) Красная площадь;
- б) Сквер И.А. Бунина;
- в) Городской парк;
- г) ул. Октябрьская.

Б9. Определите, какой объект туристского показа, связанный с И.А. Буниным, изображен на фотографии:



- а) женская гимназия в г. Ельце;
- б) мужская гимназия в г. Ельце;
- в) здание газеты «Орловский вестник» в Орле.
- г) здание дворянского собрания в Ельце.

Б10. Определите, кто изображен на фотографии с И.А. Буниным:



- а) писатель А.Чехов;
- б) композитор С.Рахманинов;
- в) писатель Л.Андреев;
- г) художник И. Левитан.

Часть С.

С1. Выбрать из произведений И.А. Бунина, предложенных для обязательного прочтения, стихотворение или отрывок прозы, посвященный теме Родины, сделать видеозапись с прочтением текста, разместить в VK в группе «Россия Ивана Бунина».

С2. Выбрать из произведений И.А. Бунина, предложенных для обязательного прочтения, стихотворение или отрывок прозы, посвященный теме Любви, сделать видеозапись с прочтением текста, разместить в VK в группе «Россия Ивана Бунина».

С3. Выбрать из произведений И.А. Бунина, предложенных для обязательного прочтения, стихотворение или отрывок прозы, посвященный теме Природы, сделать видеозапись с прочтением текста, разместить в VK в группе «Россия Ивана Бунина».

С4. Выбрать из произведений И.А. Бунина, предложенных для обязательного прочтения, стихотворение или отрывок прозы, посвященный теме Русской усадьбы, сделать видеозапись с прочтением текста, разместить в VK в группе «Россия Ивана Бунина».

С5. Выбрать из произведений И.А. Бунина, предложенных для обязательного прочтения, стихотворение или отрывок прозы, отражающей мироощущение православного человека, сделать видеозапись с прочтением текста, разместить в VK в группе «Россия Ивана Бунина».

Блок 2. Практика

Оценочные средства по практикам являются структурным элементом рабочей программы практики.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Оценочные средства по ГИА представлены ежегодно утверждаемой тематикой ВКР.