

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

---

КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ И РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

«Утверждаю»  
Зав. кафедрой  
Тюрина Л.Г.




«26» августа 2019 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«РЕКЛАМА КНИГИ И PR В МЕДИАИНДУСТРИИ»**

наименование дисциплины / практики


**направления подготовки 42.03.03 «Издательское дело»**

Москва 2019

Составитель: старший преподаватель кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий факультета социологии и журналистики ФГБОУИ ВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет» Трусова М.Б. 

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры журналистики редакционно-издательских технологий протокол № 01 от «26» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой  
«26» августа 2019 г.

 Тюринa Л.Г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры журналистики редакционно-издательских технологий  
Протокол №11 от 17 июня 2020 г.

И.О. заведующего кафедрой

 Федоров А.О.

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.....
2. Перечень оценочных средств.....
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.....
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....

### **1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Реклама книги»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов ( типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1- Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК-7	способность выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка
ПК-14	способность обеспечивать информационно-библиографическое и рекламное сопровождение проектной издательской деятельности
ПК-16	способность владеть приемами и методами аналитико-синтетической переработки потоков информации

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 2).

Таблица 2 - Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины:

Код компетенции	Уровень освоения компетенций	Индикаторы достижения компетенций (результаты обучения, которые обучающийся может продемонстрировать)	Вид учебных занятий, работы <sup>1</sup> , формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций <sup>2</sup>	Контролируемые разделы и темы дисциплины <sup>3</sup>	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции <sup>4</sup>
		<b>Знать</b>			

<sup>1</sup> Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

<sup>2</sup> Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма и т.д.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

<sup>3</sup> Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

<sup>4</sup> Оценочное средство должно выбираться с учетом запланированных результатов освоения дисциплины, например:

«Знать» – собеседование, коллоквиум, тест, реферат, контрольная работа...

«Уметь», «Владеть» – индивидуальный или групповой проект, кейс-задача, деловая (ролевая)

игра, контрольная работа, портфолио...

	<p>Базовый уровень</p>	<p>ПК-8 основные филологические и текстологические понятия и категории литературных произведений разных жанров</p>	<p>Лекционные занятия Практические занятия</p>	<p>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста</p>	
--	------------------------	--	--	--	--

	Средний уровень	ПК-8 основные филологические и текстологические понятия и категории, особенности творческого процесса литературных произведений разных жанров	Лекционные занятия Практические занятия	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста	
--	-----------------	---	--	---	--

Высокий уровень	ПК-8 основные филологические и текстологические понятия и категории, особенности творческого процесса и его влияние на формирование идейно-художественной концепции литературных произведений разных жанров	Лекционные занятия Практические занятия	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста	
	<b>Уметь</b>			



	<p>Базовый уровень</p>	<p>– выполнять конкретные творческие задания в издательском деле</p>	<p>Лекционные занятия Практические занятия</p>	<p>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста</p>	
--	------------------------	--	--	--	--

	Средний уровень	– выполнять конкретные творческие задания в издательском деле при подготовке изданий разных видов литературы	Лекционные занятия Практические занятия	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста	
--	-----------------	--	--	---	--

	Высокий уровень	– выполнять конкретные творческие задания в издательском деле при подготовке изданий разных видов литературы, разных жанров и типов издания;	Лекционные занятия Практические занятия	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста	
--	-----------------	--	--	---	--

		<b>Владеть</b>			
--	--	----------------	--	--	--

	<p>Базовый уровень</p>	<p>– общезыковыми знаниями, применяемыми к филологическому анализу конкретного текста;</p>	<p>Лекционные занятия Практические занятия</p>	<p>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста</p>	
--	------------------------	--	--	--	--

	Средний уровень	<p>– общезыковыми знаниями, применяемыми к филологическому анализу конкретного текста;</p> <p>– основными филологическими знаниями, филологическими и текстологическими методами анализа текстов;</p>	<p>Лекционные занятия</p> <p>Практические занятия</p>	<p>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса.</p> <p>Теоретические вопросы изучения текста.</p> <p>Тема 2. Теория текста</p> <p>Тема 3. История текста и проблема комментирования</p> <p>Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения.</p> <p>Тема 5. История текста и творческий процесс</p> <p>Тема 6. История текста и эвристические аспекты</p> <p>Тема 7. Творческая история произведения</p> <p>Тема 8. Разновидности филологического анализа текста</p>	
--	-----------------	---	---	--	--

	<p>Высокий уровень</p>	<p>– общезыковыми знаниями, применяемыми к филологическому анализу конкретного текста; – основными филологическими знаниями, филологическими и текстологическими методами анализа текстов; – навыками работы с рукописными материалами писателей, их издательскими вариантами при подготовке собрания сочинений писателей.</p>	<p>Лекционные занятия Практические занятия</p>	<p>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса. Теоретические вопросы изучения текста. Тема 2. Теория текста Тема 3. История текста и проблема комментирования Тема 4. Выбор источников публикации текста произведения. Тема 5. История текста и творческий процесс Тема 6. История текста и эвристические аспекты Тема 7. Творческая история произведения Тема 8. Разновидности филологического анализа текста</p>	
--	------------------------	--	--	--	--

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ<sup>5</sup>

Таблица 3

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая/ ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
4	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)
5	Портфолио	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио

<sup>5</sup> Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
6	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.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
7	Решение разноуровневых задач (заданий)	Различают задачи и задания: 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.	Комплект разноуровневых задач (заданий)
8	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с	Темы эссе



		использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
9	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания

*Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.*

### **3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Оценивание результатов обучения по дисциплине «Теория текста» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 4.

Таблица 4.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
			«незачтено»	«зачтено»		
ПК-7			«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
			<b>Знать</b>			
	Базовый уровень	ПК-7 – способность выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка	Студент не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Не знает основных определений. Не разбирается в разновидностях рекламной продукции.	Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы в усвоении материала. Имеет несистематизированные знания о рекламной продукции	Студент способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале. Знает основные _____ термины, осветил основные вопросы темы, выполнил задания преподавателя в соответствии с установленными требованиями. Имеет представление об рекламе в книжном деле, может определить связь.	Студент знает, понимает, выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знает методику работы с источниками текста. Показывает глубокое знание и понимание рекламы в книжной отрасли. _____

	ПК-14 - способность обеспечивать информационно-библиографическое и рекламное сопровождение проектной издательской деятельности	Студент не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Не знает основных определений. Не разбирается в разновидностях рекламной продукции.	Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы в усвоении материала. Имеет несистематизированные знания о рекламной продукции	Студент способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале. Знает основные термины, осветил основные вопросы темы, выполнил задания преподавателя в соответствии с установленными требованиями. Имеет представление об рекламе в книжном деле, может определить связь	Студент знает, понимает, выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знает методику работы с источниками текста. Показывает глубокое знание и понимание рекламы в книжной отрасли.
	ПК-16 – способность владеть приемами и методами аналитико-синтетической переработки	Студент не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Не знает основных определений. Не	Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы в усвоении материала. Имеет несистематизированные	Студент способен самостоятельно выделять главные положения в изученном	Студент знает, понимает, выделяет главные положения в изученном материале и

		потоков информации	разбирается в разновидностях рекламной продукции.	е знания о рекламной продукции	материале. Знает основные _____ термины, осветил основные вопросы темы, выполнил задания преподавателя в соответствии с установленными требованиями. Имеет представление об рекламе в книжном деле, может определить связь	способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знает методику работы с источниками текста. Показывает глубокое знание и понимание рекламы в книжной отрасли.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**

По видам заданий приводится описание того, каким образом необходимо выполнить данное задание, способы и механизмы его выполнения, выбор номера варианта и др. Примеры методических материалов, определяющих процедуру оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций:

- Кейсовые технологии как средство формирования компетенций
- Методические указания по разработке оценочных средств
- Разработка и применение деловых игр
- Формирование портфолио обучающегося как современная оценочная технология
- Иные методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения в ходе реализации рабочей программы дисциплины

#### **5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

##### **. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

##### **5.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения**

**Входное тестирование** представляет собой тест по проверке знаний по издательскому делу и смежным дисциплинам. Тест направлен на выявление исходного уровня представлений о современном издательском деле. Входной контроль проводится на первом занятии дисциплины «Реклама книги. Связи с общественностью» в течение 25-30 минут.

**Текущий контроль** проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой опрос и проверку заданий, как выполненных студентами самостоятельно, так и совместно на занятиях. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения дисциплине. В некоторых случаях контроль может осуществляться в форме мониторинга и завершаться исправлением допущенных студентами ошибок, письменными либо устными рекомендациями.

**Промежуточная аттестация** по итогам изучения дисциплины студенты сдают экзамен. К экзамену допускаются студенты, отчитавшиеся по всем предусмотренным программой формам текущего контроля.

##### **5.2. Организация контроля: (пример)**

- Входное тестирование – тестирование.
- Текущий контроль – устный опрос, фронтальный опрос, проверка домашнего задания, контрольно-проверочная работа.
- Промежуточная аттестация – экзамен

### **5.3. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.**

Не предусмотрена

### **5.4. Курсовая работа**

Не предусмотрена

### **5.5. Вопросы экзамену**

1. Реклама книги: понятие, функции, цели.
2. "Внимание" как эффект рекламного сообщения о книге.
3. Сходства и различия рекламы и пропаганды книги.
4. "Интерес" как эффект рекламного сообщения о книге.
5. Реклама книги и связи с общественностью как элементы маркетинговых коммуникаций.
6. "Знание" как эффект рекламного сообщения о книге.
7. Модели коммуникации, описывающие рекламный процесс.
8. "Отношение" как эффект рекламного сообщения о книге.
9. Структура рекламного сообщения о книге.
10. "Намерение" как эффект рекламного сообщения о книге.
11. Заголовок рекламного сообщения, его роль и функции.
12. "Активность" как эффект рекламного сообщения о книге.
13. Виды и назначение аргументов в рекламном сообщении о книге.
14. Экономические эффекты рекламного сообщения о книге.
15. Рекламный призыв, его назначение и роль в рекламном сообщении о книге.
16. Закономерности проявления коммуникативных эффектов рекламы.
17. Динамика состояния аудитории рекламного сообщения о книге.
18. Количественная оценка эффектов рекламы книги.
19. Комплексный подход в организации рекламной кампании.
20. Расчеты экономической эффективности рекламных средств.
21. Цели и бюджет рекламного мероприятия.
22. "Миллилайн": назначение и практическое использование в рекламе.
23. Маркетинговая ситуация в комплексном планировании рекламы.
24. Методы расчета эффектов и эффективности рекламы книги по приросту экономических показателей.
25. Рекламный стимул в комплексном планировании рекламной кампании.
26. Методы расчета эффектов рекламы книги с учетом затрат.
27. Цели и бюджет рекламного мероприятия.
28. Связи с общественностью в книгоиздании: функции, цели, средства.
29. Планирование бюджета рекламно-пропагандистского мероприятия.
30. Контактные аудитории издательства в связях с общественностью.
31. Коммуникативные эффекты рекламного сообщения о книге.

- 32.Реклама книги: понятие, функции, цели.
- 33.Сходства и различия рекламы и пропаганды книги.
- 34.Реклама книги и связи с общественностью как элементы маркетинговых коммуникаций.
- 35.Модели коммуникации, описывающие рекламный процесс.
- 36.Структура рекламного сообщения о книге.
- 37.Заголовок рекламного сообщения, его роль и функции.
- 38.Применение различных инструментов Интернет в маркетинговых коммуникациях
- 39.Понятие рекламного обращения
- 40.Структурные элементы композиции в рекламном обращении
- 41.Метафора как основа рекламного текста
- 42.Технологии психологический воздействий в рекламе
- 43.Когнитивный и эмоциональный аспект рекламного воздействия
- 44.Маркетинговая программа кампании в Интернете