

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
(указать)

В.В. Анохин
ФИО

[Подпись]
подпись

« 15 » *июни* 20*20*г.

ПРИНЯТ
на заседании Ученого совета
института
« 15 » *июни* 20*20*г.
Протокол № 5

Отчет по самообследованию качества обучения образовательной программы – программы бакалавриата (3+)

Направление подготовки	<u>42-03-01</u> <i>Код</i> <u>Реклама и связи с общественностью</u> <i>наименование</i>
Форма обучения	очная
Направленность (профиль)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u> <i>наименование</i> 20
Выпускающая кафедра	<u>номер</u> <u>Кафедра психологии</u> <i>наименование</i>
Заведующий выпускающей кафедрой	<u>Родермель Т.А.</u> <i>ФИО</i>

СОДЕРЖАНИЕ

1. Анализ показателей качества подготовки обучающихся программы бакалавриата
2. Форма комплексного оценочного средства.

ПЕРЕЧЕНЬ СОКРАЩЕНИЙ

ФГОС ВО	–	Федеральный государственный стандарт высшего образования
ОПОП	–	Основная профессиональная образовательная программа
ИУП	–	Индивидуальный учебный план
ГИА	–	Государственная итоговая аттестация
ВКР	–	Выпускная квалификационная работа
УП	–	Учебный план
ИКТ	–	Информационно-коммуникационные технологии
МТО	–	Материально-техническое обеспечение
ПО	–	Программное обеспечение
ЭБС	–	Электронная библиотечная система

1. Анализ показателей качества подготовки обучающихся программы бакалавриата

Форма комплексного оценочного средства.

Комплексное оценочное средство разрабатывается для 2 – 4/6 курса обучающихся. В оценочное средство включаются задания по изученным дисциплинам, форма контроля для которых экзамен или зачет с оценкой. При этом оценочное средство направлено на проверку компетенций. Для формирования оценочного средства выбирают 3-5 компетенций из набора компетенций ООП, которые были сформированы в результате изучения дисциплин (модулей), или 3-5 компетенций, этапы которых сформированы у обучающихся в результате освоения дисциплин (модулей). Комплексное оценочное средство формируется в соответствии с приказом от 26.07.2019 № 894. Пример оценочного средства:

БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ «СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»	
СОГЛАСОВАНО _____ (предприятие) _____ (должность) _____ (ФИО)	УТВЕРЖДАЮ Проректор по УМР _____ Е.В. Коновалова « ____ » _____ 2020г.
КОМПЛЕКСНЫЙ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ Направление подготовки: Направленность программы: Квалификация: <u>Бакалавр</u> Форма обучения: Очная	
Фонды оценочных средств утверждены на заседании кафедры _____ « ____ » _____ 20__ года, протокол № _____	
Заведующий кафедрой _____ Сургут, 2020 г.	

1. Оценка сформированности компетенций

Этап: 2, 3 семестр.

Формируемые компетенции:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

№ п/п	Наименование дисциплины	Перечень проверяемых компетенций							Форма контроля при промежуточной аттестации
1.	Основы ССО	ОПК-1						экзамен	
2.	Стилистика и литературное редактирование	ОПК-3						экзамен	

Этап: 4,6 семестр.

Формируемые компетенции:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию.

ОК-9 - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

ПК-8 - Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

№ п/п	Наименование дисциплины	Перечень проверяемых компетенций							Форма контроля при промежуточной аттестации
		ОК-6	ОК-7						
1.	Конфликтология	ОК-6	ОК-7						экзамен
2.	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	ОК-5							экзамен
3.	Психология массовых коммуникаций	ОК-5	ОК-6	ОК-9					экзамен
4.	Информационные технологии в средствах массовой информации	ПК-8							зачОц

2. Оценочные средства

БУ ВО «СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Междисциплинарный тест для оценки сформированности компетенций студентов магистратуры, обучающихся по направлению, направленность программы

ФИО студента, _____

группа _____

Вариант 1

№ п/п	Дисциплина	Задание	Ответ
1	Основы ССО	<p>1. Именная, или авторская статья, мнимо подписанная должностным лицом конкретной фирмы, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Байлайнер - Бэкграундер - Релейтер - Факт-лист <p>2. Передача предметных сведений по каналам межличностного общения, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Слухов - Общениа - Трансляции - Настроения <p>3. Наука о народонаселении и закономерностях его развития; показатели численного состава населения, его изменений, размещения и т. п., носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Демография - Политика - Социология - Антропология <p>4. Усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных) реакций человека в присутствии других людей, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Социальной фасилитации - Социальной ингибиции - Социальной адаптации - Социальной дезадаптации <p>5. Основным свойством толпы является:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Превращаемость - Неуправляемость - Стихийность - Массовость <p>6. В массовом стихийном поведении, скопление людей, собравшихся поглазеть на неожиданное происшествие, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Оказиональная толпа - Экспрессивная толпа - Конвенциальная толпа - Повстанческая толпа <p>7. Установление контактов с представителями власти с целью воздействовать на их решения, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Лоббизм - Манипуляция - Давление - Принуждение <p>8. Публично выраженное и распространенное суждение, которое несет в себе оценку и отношение к какому-либо событию, представляющему интерес для общности (группы), это:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Общественное мнение - Групповые нормы - Психологический климат - Слухи <p>9. При каком типе рассуждений посылка является по-другому сформулированным заключением (поддержкой заключения служит переформулированное заключение)?</p> <ul style="list-style-type: none"> - «Порочный круг» - «Нерелевантные доводы» - «Использование незнания» - «Искажение информации» <p>10. Разновидность журналистики, для которой характерно использование пресс-релизов, сообщений информационных агентств и других форм готовых материалов для создания статей в газетах и других СМИ без проведения дополнительных исследований или проверки для экономии времени и финансовых затрат, в профессиональных кругах носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Журналистика 	

		<ul style="list-style-type: none"> - Желтая пресса - Лжепресса - Журнопросто 	
2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	<p>1. Потребительская мифология, при которой эксплуатируется особенность мышления, одушевлять объекты окружающего мира и/или ожидать подобное одушевление, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Антропоморфность - Тотемичность - Принудительное означивание - Ложная аффилиация <p>2. Рекламная конструкция (коробка) одеваемая на электронные охранные системы на входе/выходе из магазина, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Чекпойнт - Презентер - Лайтбокс - Жалон <p>3. Член семьи, не принимающий решение о покупке, но оказывающий влияние на данное решение, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Инфлюэнсер - Клаттер - Саймон - Юнипол <p>4. Круглая подставка под пивную кружку, выполненная из жесткого картона с нанесенным изображением, служащая для саморекламы производителя товара, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Бирдекель (бирмат) - Блоттер - Лифлет - Пан-карта <p>5. Структурированные действия, направленные на продвижения проекта (продукта) компании на рынке посредством работы с целевой аудиторией – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PR-стратегия - PR-действие - PR-программа - PR-кампания <p>6. Основной целью любого бизнес-ритуала является:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Удовлетворение потребностей гостей - Удовлетворение целей и задач организации, проводящей бизнес-ритуал - Создание информационного поля организации - Создание информационного повода <p>7. Вид образа жизни, отвечающий содержанию основных ценностей жизни и культуры, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Нравственного здорового - Здорового - Правильного - Богемного <p>8. Взаимное заражение, т.е. передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Циркулярной реакции - Коммуникационного воздействия - Психосоматической реакции - Психомоторного воздействия <p>9. Метод предварительного опробования рекламных объявлений, при котором в группе из двух и более человек проводится свободное обсуждение товара, услуги или рыночной ситуации, носит название:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Фокус группы - Контроль оценки портфеля - Изучение восприятия. - Проверка изменений в личном отношении <p>10. Метод опробования рекламных объявлений с использованием мониторинга физиологического контроля при котором измеряется степень расширения зрачка объекта, что предполагает наличие реакции на иллюстрацию, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Пупиллометрический контроль - Гальванометр - Анализ мозговой активности - Стробоскопирование 	
3	Психология массовых коммуникаций	<p>1. Густав Лебон, Жан Габриэль Тард известны как авторы работ о:</p> <ul style="list-style-type: none"> А. Психологии народов, этноса Б. Психологии толпы В. Экономических беспорядках и самоубийствах в больших городах Г. Духе народа 	

		<p>2. Соотнесите методы исследования с объектом исследования:</p> <table border="1" data-bbox="483 208 1230 412"> <thead> <tr> <th>Метод исследования</th> <th>Предмет исследования</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А. Контент-анализ</td> <td>Е. Движение глаз по изображению</td> </tr> <tr> <td>Б. Семантический дифференциал</td> <td>Ж. Устное выступление и содержащийся в нем скрытый смысл</td> </tr> <tr> <td>В. Интент-анализ</td> <td>З. Образ понятия</td> </tr> <tr> <td>Г. Айтрекинг</td> <td>И. Рекламный ролик</td> </tr> <tr> <td>Д. Экспертиза психологической безопасности</td> <td>К. Текст сообщения</td> </tr> </tbody> </table> <p>3. Особенностью сообщения в средствах массовой коммуникации является:</p> <p>А. Приватность Б. Публичность В. Индивидуальная актуальность Г. Необязательная периодичность</p> <p>4. Назовите элемент, не имеющий отношение к распространению моды:</p> <p>А. Авторы моды Б. Соавторы моды В. Демонстраторы и первичные распространители моды Г. Антимодник Д. Средства массового тиражирования Е. Поклонники моды</p> <p>5. Главные новости – это:</p> <p>А. сообщение о политических событиях Б. сообщение о событии, которое случилось или стало достоянием гласности за предшествующие 24 часа и может иметь важные последствия В. сообщение об экстремальных ситуациях (теракты, катастрофы) Г. Сообщение о жизни телезвезд и спортсменов</p> <p>6. Признаком манипуляции не является:</p> <p>А. Психологический характер давления (отсутствие физического насилия) Б. Мишенями являются структуры личности человека В. Выразительный взгляд Г. Скрытый характер воздействия Д. Искажение информации Е. Стереотипизация</p> <p>7. К основным механизмам массовой психологии не относится:</p> <p>А. Заражение Б. Подражание В. Распространение Г. Внушение</p> <p>8. В основе психологии рекламы и PR-воздействия лежат:</p> <p>А. Чувство единства нации Б. Возбуждение желаний В. Внушение Г. Заражение Д. Подражание</p> <p>9. Напишите критерии оценки подачи новости в экспертизе политики телеканала по форме и содержанию</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>10. Соотнесите возраст детей с пугающими стимулами, транслируемыми в рекламных, новостных материалах и художественных фильмах.</p> <p>А. от 3 до 8 лет Б. от 9 до 12 лет В. старше 12 лет</p>	Метод исследования	Предмет исследования	А. Контент-анализ	Е. Движение глаз по изображению	Б. Семантический дифференциал	Ж. Устное выступление и содержащийся в нем скрытый смысл	В. Интент-анализ	З. Образ понятия	Г. Айтрекинг	И. Рекламный ролик	Д. Экспертиза психологической безопасности	К. Текст сообщения	
Метод исследования	Предмет исследования														
А. Контент-анализ	Е. Движение глаз по изображению														
Б. Семантический дифференциал	Ж. Устное выступление и содержащийся в нем скрытый смысл														
В. Интент-анализ	З. Образ понятия														
Г. Айтрекинг	И. Рекламный ролик														
Д. Экспертиза психологической безопасности	К. Текст сообщения														
4.	Стилистика и литературное редактирование	<p>1. Что из перечисленного является составной частью стилистики как науки:</p> <p>1) стилистика языка (изучает функциональные стили языка и языковые средства)</p>													

		<p>2) стилистика речи (изучает устойчивые формы устной и письменной речи, то есть речевые жанры)</p> <p>3) стилистика художественной литературы (изучает способы индивидуального использования языка, его стилей и средств)</p> <p>4) все перечисленное</p> <p>2. В каких сферах жизни людей используется литературный язык:</p> <p>1) деловые отношения</p> <p>2) культура и Искусство</p> <p>3) все сферы</p> <p>4) бытовая сфера</p> <p>3. Какой функциональный стиль имеет целью представить, классифицировать и обобщить научные факты, выдвинуть идею, привести логические доказательства, сформулировать закономерности и законы:</p> <p>1) художественный</p> <p>2) научный</p> <p>3) публицистический</p> <p>4) официально-деловой</p> <p>4. Какая особенность НЕ является принадлежностью официально-делового стиля:</p> <p>1) характерно использование экспрессивно не окрашенных слов, стандартизированных выражений, штампов, канцеляризмов, терминов</p> <p>2) существует в основном в письменной форме (договоры, государственные акты, уставы, постановления, объявления, заявления, инструкции, приказы и пр.)</p> <p>3) соединение в лексике речевых клише и ярких метафор, сравнений, эпитетов; соединение элементов разных стилей</p> <p>4) сфера применения: управление, право, делопроизводство</p> <p>5. В каком стиле отсутствует установка на норму?</p> <p>1) разговорном</p> <p>2) научном</p> <p>3) публицистическом</p> <p>4) официально-деловом</p> <p>6. Какая из функций характерна для языка:</p> <p>1) воздействующая (воздействует на адресата)</p> <p>2) информативная (хранение и передача информации)</p> <p>3) коммуникативная (общения)</p> <p>4) все перечисленные</p> <p>7. Какой раздел стилистики изучает стилистические свойства и возможности различных пластов лексики и эмоционально-экспрессивную окраску слов:</p> <p>1) морфологическая стилистика</p> <p>2) функциональная стилистика</p> <p>3) лексическая стилистика</p> <p>4) синтаксическая стилистика</p> <p>8. Слова из какой группы являются самыми исторически старыми в русском языке:</p> <p>1) слова из восточнославянского языка</p> <p>2) слова из индоевропейского языка</p> <p>3) собственно русские слова</p> <p>4) слова из общеславянского языка</p> <p>9. Какое образное средство называется метафорой:</p> <p>1) уподобление по сходству</p> <p>2) уподобление по смежности</p> <p>3) образное определение</p> <p>4) противопоставление</p> <p>10. Какое из перечисленных предложений содержит в себе риторический вопрос?</p> <p>1) Простите, как мне пройти к Музею изобразительных искусств?</p> <p>2) Какой же русский не любит быстрой езды?</p> <p>3) Вино какой страны вы предпочитаете в это время дня?</p> <p>4) На каком континенте находится пустыня Сахара?</p> <p>11. Важнейшее значение нормы для практической стилистики заключается в том, что</p> <p>1) она противостоит разнообразным типам неправильностей.</p> <p>2) она нужна для сравнения с разговорными вариантами</p> <p>3) она фиксируется в словарях</p> <p>4) она влияет на речь говорящего</p> <p>12. Что НЕ входит в задачи литературного редактирования?</p> <p>1) исправление всех типов ошибок</p> <p>2) приведение текста в нейтральный стилистический режим</p> <p>3) максимальное сохранение содержания высказывания</p> <p>4) внесение личного компонента</p>	
5	Конфликтология	<p>1. Конфликт - это</p> <p>а) борьба мнений;</p> <p>б) спор, дискуссия по острой теме;</p>	

		<p>в) противоборство на основе столкновения противоположно направленных мотивов или суждений;</p> <p>г) соперничество, направленное на достижение победы в споре;</p> <p>д) столкновение противоположных позиций.</p> <p>2. Сила, включающая в себя совокупность информационных средств:</p> <p>А) физическая;</p> <p>б) информационная;</p> <p>В) социальная;</p> <p>Г) ресурсная;</p> <p>Д) все ответы неверны.</p> <p>3. Ранг предполагает позицию, занимаемую одним из субъектов конфликта по отношению к другому:</p> <p>а) верно;</p> <p>б) неверно.</p> <p>4. Конфликтная ситуация – это:</p> <p>а) случайные столкновения интересов субъектов социального взаимодействия;</p> <p>б) накопившиеся противоречия, связанные с деятельностью субъектов социального взаимодействия, которые создают почву для противоборства между ними;</p> <p>в) процесс противоборства между субъектами социального взаимодействия, направленный на выяснение отношений;</p> <p>г) причина конфликта;</p> <p>д) этап развития конфликта.</p> <p>5. То, из-за чего возникает конфликт - это</p> <p>а) мотивы конфликта;</p> <p>б) позиция конфликтующих сторон;</p> <p>в) предмет конфликта;</p> <p>г) стороны конфликта;</p> <p>д) образ конфликтной ситуации.</p> <p>6. Внутрличностный конфликт - это</p> <p>а) глубокие эмоциональный переживания личностью своих неудач;</p> <p>б) состояние тревоги, вызываемое предстоящей сложной ситуацией;</p> <p>в) столкновение противоположно направленных мотивов личности;</p> <p>г) столкновение противоположно направленных поведенческих характеристик личности;</p> <p>д) внутренние колебания личности, стоящей перед выбором средств для достижения конкретной цели.</p> <p>7. Кому из ученых принадлежит разработка "Теории комплекса неполноценности"?</p> <p>а) З. Фрейду;</p> <p>б) А. Адлеру;</p> <p>в) К. Юнгу;</p> <p>г) Э. Фромму;</p> <p>д) К. Левину.</p> <p>8. Модель поведения личности в конфликтной ситуации Томаса-Киллмена включает в себя:</p> <p>а) 3 стратегии;</p> <p>б) 4 стратегии;</p> <p>в) 5 стратегий;</p> <p>г) 6 стратегий;</p> <p>д) 7 стратегий.</p> <p>9. Соотнесите между собой тип конфликтной личности и его характеристику:</p> <table border="1" data-bbox="483 1507 1134 2056"> <tr> <td data-bbox="483 1507 683 1713">демонстративный</td> <td data-bbox="683 1507 1134 1713">А) скрупулезно относится к работе, предъявляет повышенные требования к себе и к окружающим (причем делает это так, что людям, с которыми он работает, кажется, что он придирается), обладает повышенной тревожностью, чрезмерно чувствителен к деталям, склонен придавать излишнее значение замечаниям окружающих.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1713 683 1861">ригидный</td> <td data-bbox="683 1713 1134 1861">Б) неустойчив в оценках и мнениях, обладает легкой внушаемостью, внутренне противоречив, ориентируется на сиюминутный успех в ситуациях, зависит от мнения окружающих, излишне стремится к компромиссу.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1861 683 2009">неуправляемый</td> <td data-bbox="683 1861 1134 2009">В) хочет быть в центре внимания, любит хорошо выглядеть в глазах других, его отношение к людям определяется тем, как они к нему относятся, ему легко даются поверхностные конфликты, любит свои страдания и стойкостью.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 2009 683 2056">сверхточный</td> <td data-bbox="683 2009 1134 2056">Г) подозрителен, обладает завышенной самооценкой, постоянно требует</td> </tr> </table>	демонстративный	А) скрупулезно относится к работе, предъявляет повышенные требования к себе и к окружающим (причем делает это так, что людям, с которыми он работает, кажется, что он придирается), обладает повышенной тревожностью, чрезмерно чувствителен к деталям, склонен придавать излишнее значение замечаниям окружающих.	ригидный	Б) неустойчив в оценках и мнениях, обладает легкой внушаемостью, внутренне противоречив, ориентируется на сиюминутный успех в ситуациях, зависит от мнения окружающих, излишне стремится к компромиссу.	неуправляемый	В) хочет быть в центре внимания, любит хорошо выглядеть в глазах других, его отношение к людям определяется тем, как они к нему относятся, ему легко даются поверхностные конфликты, любит свои страдания и стойкостью.	сверхточный	Г) подозрителен, обладает завышенной самооценкой, постоянно требует	
демонстративный	А) скрупулезно относится к работе, предъявляет повышенные требования к себе и к окружающим (причем делает это так, что людям, с которыми он работает, кажется, что он придирается), обладает повышенной тревожностью, чрезмерно чувствителен к деталям, склонен придавать излишнее значение замечаниям окружающих.										
ригидный	Б) неустойчив в оценках и мнениях, обладает легкой внушаемостью, внутренне противоречив, ориентируется на сиюминутный успех в ситуациях, зависит от мнения окружающих, излишне стремится к компромиссу.										
неуправляемый	В) хочет быть в центре внимания, любит хорошо выглядеть в глазах других, его отношение к людям определяется тем, как они к нему относятся, ему легко даются поверхностные конфликты, любит свои страдания и стойкостью.										
сверхточный	Г) подозрителен, обладает завышенной самооценкой, постоянно требует										

		<p>подтверждения собственной значимости, прямолинеен и не гибок, с большим трудом принимает точку зрения окружающих, почтение со стороны окружающих воспринимает как должное, выражение недоброжелательства со стороны окружающих воспринимает как обиду, не самокритичен</p> <p>бесконфликтный Д) импульсивен, недостаточно контролирует себя, поведение такого человека плохо предсказуемо, ведет себя вызывающе, агрессивно</p>	
	<p>Информационные технологии в средствах массовой информации</p>	<p>10. Иновационный конфликт в организации – это конфликт: связанный с любыми изменениями, новшествами, вносимыми в деятельность организации б) между структурными подразделениями одной организации; в) по причине расхождений оценки трудового вклада и ; г) связанный с динамикой и структурированием организации; д) связанные с индивидуально-психологическими особенностями конфликтующих.</p> <p>1) Математические и информационные модели современных инфокоммуникационных сетей. 2) Подготовка информационного продукта к продвижению в инфокоммуникационных сетях. 3) Инструментарий инфокоммуникационных сетей. теоретическое А – репродуктивный 4) Состав и функции инфокоммуникационной платформы. 5) Средства и методы инфокоммуникационной платформы для привлечения внимания к информационному продукту. 6) Средства и методы инфокоммуникационной платформы для формирования и удержания интереса к информационному продукту. 7) Средства и методы инфокоммуникационной платформы для формирования потребности в информационном продукте. 8) Средства и методы инфокоммуникационной платформы поддержки продаж. 9) Основы информационной и компьютерной безопасности 10) Перечислите стратегические и тактические задачи инфокоммуникационной платформы. 11) Перечислите правила ведения бизнеса в инфокоммуникационной сети. 12) Перечислите основные нормативные документы, используемые в электронной коммерции. 13) Перечислите стратегические и тактические задачи инфокоммуникационной платформы. 14) Опишите средства формирования потребности в информационном продукте</p>	

ИТОГ:

Комплексное оценочное средство направлено на формирование следующих компетенций: ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-9, ОПК-1, ОПК-3, ПК-8

Комплексное оценочное средство включает задания по следующим дисциплинам:

1. Основы ССО
2. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
3. Психология массовых коммуникаций
4. Стилистика и литературное редактирование
5. Конфликтология
6. Информационные технологии в средствах массовой информации

Заведующий
кафедрой

Иванов И.И.
указать название

Ведерин М.А.
ФИО

Петр
Подпись

Дата заполнения

«15» июля 2020