

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:36  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

*Дисциплина «Основы проектной деятельности», 4 СЕМЕСТР*

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

### Типовые темы курсовой работы (4 семестр)

Проведение промежуточной аттестации в 4 семестре в виде написания и защиты курсовой работы по выбранной студентом теме.

Написать курсовую работу аналитический обзор по одной из ниже предложенных тем. Объем работы – от 20 страниц, шрифт Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5.

Задачи курсового проекта (тема обсуждается индивидуально с научным руководителем):

1. Знакомство с технологией проектирования в профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы
2. Основы выработки и развития проектных компетенций, формирование навыков коллективной работы над созданием проектной идеи и темы проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
3. Этапы проектирования: теоретический, рефлексивный, экспериментальный, корректирующий, заключительный
4. Основы формирования проектов разных видов: учебных, социально-ориентированных, исследовательских и других.
5. Специфика оформления Проекта рекламной кампании и заявки на его финансирование.

### Типовые вопросы для зачета (4 семестр)

Проведение промежуточной аттестации происходит в виде зачета. Задания на зачете содержат теоретический вопрос и одно практическое задание

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
<p><i>Сформулируйте развернутые ответы на следующие теоретические вопросы:</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Раскрыть понятия «проектирование» и «проектирование в сфере рекламы».</li><li>2. Дать определение «проектированию в профессиональной деятельности» как учебной и научной дисциплине.</li><li>3. Определить требования к знаниям специалиста в спорте.</li><li>4. Выделить актуальные проблемы рекламной деятельности.</li><li>5. Рассказать об исследованиях, проводимых в области рекламы и связях с общественностью.</li><li>6. Доказать взаимосвязь учебного курса с другими дисциплинами учебного плана.</li><li>7. Объяснить важность планирования для продвижения продукции в сфере рекламы и связях с общественностью.</li></ol>	теоретический

<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Что представляет собой Целевая комплексная программа.</li> <li>9. Что составляет основу планирования в сфере рекламы и связях с общественностью.</li> <li>10. От каких факторов зависит цель Проекта.</li> <li>11. Какие факторы формируют комплекс задач Проекта.</li> <li>12. Что представляют собой количественные и качественные показатели Проекта.</li> <li>13. На какие временные промежутки может быть разработана Проект.</li> <li>14. Этапы проектирования.</li> <li>15. Теоретический этап проектирования.</li> <li>16. Рефлексивный этап проектирования.</li> <li>17. Экспериментальный этап проектирования.</li> <li>18. Корректирующий этап проектирования.</li> <li>19. Заключительный этап проектирования.</li> <li>20. Сущность учебных Проектов.</li> <li>21. Сущность социально-ориентированных Проектов.</li> <li>22. Сущность исследовательских Проектов.</li> <li>23. Структура Проекта.</li> <li>24. Сущность Проектов, предполагающих принесение финансовой выгоды.</li> <li>25. Факторы и критерии, лежащие в основе учебного проектирования.</li> <li>26. Факторы и критерии, лежащие в основе социально-ориентированного проектирования.</li> <li>27. Факторы и критерии, лежащие в основе исследовательского проектирования.</li> <li>28. Факторы и критерии, лежащие в основе финансового проектирования.</li> <li>29. Особенности оформления Проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.</li> <li>30. Сущность приложений к Проекту.</li> <li>31. Основы формирования бюджета Проекта.</li> <li>32. Правила подачи заявки на финансирование Проекта.</li> <li>33. Федеральный бюджет, уровни бюджетного финансирования.</li> <li>34. Финансовая политика государства в области финансирования рекламы и связей с общественностью</li> <li>35. Источники бюджетного финансирования рекламы и связей с общественностью.</li> <li>36. Источники внебюджетного финансирования социо-культурных организаций.</li> <li>37. Финансирование рекламы и связей с общественностью в развитых странах мира.</li> </ol>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--