

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Оценочные материалы по дисциплине

Профориентированный иностранный язык

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения

Очная

Квалификация

Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойницина

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК – 5 Способен выстраивать межличностное и межгрупповое взаимодействие и общение на русском и иностранном языках, с учётом особенностей различных культурных, социально- исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОУК-5.1 Знает правила и нормы коммуникации на русском и иностранном языках, культурные нормы общения, разнообразные методы аргументации и убеждения в процессе коммуникации

РОУК-5.2 Умеет вести дискуссию, выстраивать аргументацию на русском и иностранном языках; учитывать историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии; осуществлять коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

Текущий контроль проводится регулярно на лекционных и практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

Элементы текущего контроля:

- устный опрос, дискуссии;
- тест;
- выступление на практическом занятии;
- выполнение домашних работ и представление ее результатов.

Пример

Опрос:

What digital tools to increase the efficiency of public relations do you know?

Does AI increase the increase the efficiency of branding or bring extra obstacles?

Выступление на практическом занятии:

Тема: Storytelling as a tool of modern advertizing

Вопрос для дискуссии:

1. What advantages do you believe AI brings to the fields of PR and advertising? - (Open-ended question)
2. What challenges do you face when using digital tools for brand promotion? - (Open-ended question)
3. What ethical concerns do you have regarding the use of AI? (Open-ended question)

1. Which AI tools have you used in your projects?
 - a) Data analysis
 - b) Content generation
 - c) Process automation
 - d) Others (please specify)
2. How do you evaluate the impact of AI on creativity in advertising?
 - a) Increases creativity
 - b) Decreases creativity
 - c) No impact
 - d) Unsure
3. Which digital tool do you consider most effective for brand building?
 - a) Social media
 - b) Email marketing
 - c) SEO/SEM
 - d) Webinars and online events
4. How important do you think data analysis is in creating advertising campaigns?
 - a) Extremely important
 - b) Important
 - c) Not very important
 - d) Not important at all
5. Do you believe that the use of AI in PR and advertising can lead to ethical issues?
 - a) Yes
 - b) No
 - c) Unsure
6. Do you think regulations are necessary for the use of AI in advertising and PR?
 - a) Yes, definitely
 - b) Maybe, but not necessarily
 - c) No, not needed

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Итоговая работа выполняется на прочитанном материале из научно-популярного или научного журнала, обговаривается заранее, в зависимости от среднего уровня владения английским языком в группе, должна быть представлена в формате презентации с устным докладом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Экзаменационное испытание представляет собой устное выступление по заранее предложенной теме для проверки РОУК-5.1 и РОУК-5.2 и состоит из двух частей.

1. Представление доклада по заранее выбранной теме (РОУК-5.1).
2. Ответы на вопросы и обсуждения тем по представленному вопросу (РОУК-5.2).

Примеры тем для итоговой работы :

1. The Role of Social Media in Modern Advertising
2. Brand Storytelling: Crafting Narratives that Resonate
3. The Impact of Influencer Marketing on Consumer Behavior
4. Ethics in Advertising: Balancing Creativity and Responsibility
5. The Future of Public Relations: Trends and Innovations
6. Crisis Communication: Strategies for Managing Brand Reputation
7. AI and Automation in Advertising: Opportunities and Challenges
8. Cultural Sensitivity in Global Advertising Campaigns

9. Sustainability in Branding: Communicating Environmental Responsibility

10. The Evolution of Consumer Privacy: Implications for Advertising**

Критерии оценивания:

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему лексический и грамматический материал представленный в курсе, грамотно и логически стройно его использующему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу использующему его, при этом обучающийся делает небольшое количество ошибок, которые не мешают коммуникации на английском языке.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, есть нарушения последовательности в изложении материала и при этом обучающийся делает ошибки, которые мешают коммуникации на английском языке.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не может выстроить монологическое высказывание, участвовать в диалоге и отвечать на вопросы.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Пример беседы с преподавателем по пройденным темам для проверки сформированности следующих компетенций: РОУК-5.1 и РОУК-5.2

1. The Evolution of Advertising: From Print to Digital
2. The Power of Visual Communication in Marketing
3. Crisis Management in Public Relations: Case Studies - Analyzing real-world examples of brands that successfully navigated crises through effective PR strategies
4. The Role of Consumer Engagement in Brand Loyalty - Examining strategies that brands use to engage consumers and build long-term loyalty through interactive marketing techniques
5. Ethical Considerations in Advertising and PR - A discussion on the ethical dilemmas faced by professionals in the advertising and PR industries, including transparency, truthfulness, and social responsibility

Информация о разработчиках

Зеличенко Ю.Л., ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ