

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

Филологический факультет



УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета

И.В. Тубалова

« 30 » 08 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Реклама книги и связи с общественностью

по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:

Книгоиздательское дело

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-4. Способен к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК 4.1. Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.

ИПК 4.2. В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований.

ИПК 4.3. Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля: тестирование.

Критерии оценивания: результаты тестирования определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется, если даны правильные ответы на все вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется, если даны правильные ответы как минимум на 7 вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если даны правильные ответы как минимум на 5 вопросов.

Тест 1 (ИПК 4.1.)

1. Впишите пропущенный в тексте термин:

«... поведение, строго говоря, и есть литературное поведение, когда читатель погружается в мир, описываемый в книге, идентифицирует себя с героем или проецирует самого себя в мир, о котором читает, как в реальную действительность».

2. Прочтите текст и напишите фамилию исследователя, о котором идет речь:

«Французский литературовед, который в конце 1980-х годов выпустил книгу «Пороги» и ввел термин «паратекст» - это комплекс всех элементов, задача которых – «знакомить» читателей с произведением и способствовать его правильной интерпретации».

3. Впишите пропущенное в тексте слово:

«В современном российском книгоиздании активное развитие получила не дорогостоящая потребительская реклама, а именно перитекст – рекламные возможности ... книг».

4. Впишите пропущенное в тексте слово:

«Задачей некоммерческой (социальной) рекламы является изменение отношения публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – создание новых социальных ...».

5. Впишите пропущенное в тексте слово:

«Как показывает статистика, для рядового представителя США, например, вообще неважно, кто написал книгу. Когда разразился скандал вокруг романа Сидни Шелдона

«Незнакомец в зеркале» (утверждали, что он присвоил себе авторство), 54% опрошенных заявили, что не видят в этом ничего плохого, так как в первую очередь интересуются ... книги».

6. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Фирменная реклама – это реклама, которая...

- 1) ...предполагает рекламирование конкретного издания, причем на протяжении всего периода выпуска.
- 2) ... организуется с целью повышения репутации предприятия и создания бренда.
- 3) ... предполагает рекламирование конкретного издания, но только в период стимулирования его сбыта.

7. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Проекционная (трансформационная) реклама – это реклама, которая призвана:

- 1) ...вызвать позитивные эмоции и связать их с рекламируемой книгой
- 2) ... указать на реальные утилитарные свойства рекламируемой книги
- 3) ...трансформировать представления читателя о назначении книги

8. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Определите, какой из перечисленных видов рекламы НЕ относится к прикнижной:

- 1) Аннотация
- 2) Презентация
- 3) Тип обложки
- 4) Слоган серии

9. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Сегодня в России ключевую роль в процессе презентации новых книг обществу играют:

- 1) Издательства
- 2) Книготорговые сети
- 3) Книжные магазины
- 4) Средства массовой информации

10. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Одним из показателей кризиса в отношении к книге в обществе является то, что 37% российских семей не имеют...

- 1) навыков постоянного чтения
- 2) читательского билета одной из библиотек
- 3) домашней библиотеки

Ключи:

- 1) Обусловленное
- 2) Жерар Женетт
- 3) оформления
- 4) ценностей
- 5) содержанием
- 6) 2
- 7) 1
- 8) 2
- 9) 1
- 10) 3

Тест 2 (ИПК 4.2.)

- 1) О каком специалисте издательства идет речь? Впишите ответ.
«Именно ... несет ответственность и за целостность оформления издания и координацию работы всех специалистов издательства над перитекстом книги.
- 2) Впишите пропущенное слово:
Издатели, выпустившие на волне успеха романа Оксаны Робски «Больно не будет» книгу «Будет больно» некоей Неробкой Оксаны, использовали так называемый «эффект ...».
- 3) Определите термин, о котором идет речь в определении:
«Рекламная формула, постоянный рекламный девиз, четкая, ясная и лаконичная формулировка основной темы рекламного обращения».
- 4) Впишите пропущенный термин:
«Размещение на обложке слогана серии более оправданно. Отдельные издания редко нуждаются в слоганах, чаще это коммуникативная ...».
- 5) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Определите, какой из перечисленных видов прикнижной рекламы НЕ относится к вербальным:
 - 1) Шрифт
 - 2) Аннотация
 - 3) Цитаты из произведения
 - 4) Название книги
- 6) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Какой фактор воздействия рекламного коллажа на читателя использован в данной аннотации: «Вы давно хотели освоить гитару? С этой книгой вы будете играть сразу, как только сможете правильно держать инструмент...»:
 - 1) Образ автора
 - 2) Образ аудитории
 - 3) Образ прошлого
 - 4) Образ будущего
- 7) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Какие элементы прикнижной рекламы являются основными?
 - 1) Имя автора и аннотация произведения
 - 2) Имя автора и заглавие произведения
 - 3) Название серии и заглавие произведения
- 8) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Размер шрифта, которым напечатано на обложке имя автора, напрямую зависит от...
 - 1) Стоимости издания
 - 2) Пожелания автора
 - 3) Известности автора
- 9) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Лев Николаев как автор романа «Анна Каренина» (издательство «Захаров», 2001 г.)
– это:

- 1) Имя автора
- 2) Псевдоним автора
- 3) Псевдоним-акция

10) Выберите несколько ответов из числа предложенных вариантов.

В случае размещения в книге двойной аннотации, когда одна печатается на традиционном месте после титульного листа, вторая – на обложке:

- А) Аннотации могут дублировать друг друга
- Б) Аннотации могут иметь абсолютно разное содержание
- В) Одна аннотация может быть более расширенной
- Г) Одна из аннотаций может включать дополнительные сведения об авторе

Ключи:

- 1) редактор
- 2) хамелеона
- 3) слоган
- 4) избыточность
- 5) 1
- 6) 4
- 7) 2
- 8) 3
- 9) 9
- 10) А, В, Г

Тест 3 (ИПК 4.3.)

1. Впишите пропущенный в тексте термин:

«Совокупность вербальных и визуальных элементов в оформлении книги иногда определяют термином рекламный ...».

2. Впишите пропущенное в тексте определение:

«В начале XX века большинство книг выходило именно в ..., которая имела откровенно рекламный, плакатный характер и не совпадала по оформлению с переплетом, который был полностью освобожден от рекламной функции».

3. Впишите пропущенное слово:

«Ярко и оригинально сегодня оформляются не только художественные, но и энциклопедические, научные, учебные издания. Если в начале 90-х годов такое оформление книг было своеобразным протестом издателей против аскетичного книгоиздания советских времен, то сейчас оно обусловлено высокой ... во всех сегментах книгоиздательского рынка».

4. Впишите пропущенное определение:

«В России ... обложка была дискредитирована книжным «бумом» начала 90-х, когда в таком виде издавалась большей частью некачественная, «бульварная» литература».

5. О каком издательском термине идет речь?

«Фирменный знак, изображение, которое закрепляет в сознании читателей единство серии изданий и его суть, идею».

6. Впишите пропущенное слово:

«Оригинальный ... названия книг о «Гарри Поттере» стал объектом многочисленных подражаний».

7. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Определите, какой из видов прикнижной рекламы НЕ относится к визуальным:

- 1) Шрифт
- 2) Серийная марка
- 3) Слоган
- 4) Фотография автора

8. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Сегодня большинство книг в России выходят:

- 1) В мягкой, но ярко и обильно иллюстрированной обложке
- 2) В твердой, но ярко и обильно иллюстрированной обложке
- 3) В ярко и обильно иллюстрированной суперобложке

9. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Что предприняло петербургское издательство «Азбука» с целью корректировки имиджа книг в мягкой обложке?

- 1) Снизило стоимость изданий в мягкой обложке
- 2) Начало издавать произведения популярных авторов исключительно в мягкой обложке
- 3) Выпустило в мягком формате произведения классиков

10. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Связь иллюстрации на обложке с содержанием произведения – рискованный оформительский ход, потому что:

- 1) Использование иллюстраций увеличивает стоимость издания
- 2) Квалификация художников-оформителей в России невысока
- 3) Существует опасность неверной трактовки

Ключи:

- 1) коллаж
- 2) суперобложке
- 3) конкуренцией
- 4) мягкая
- 5) серийная марка
- 6) шрифт
- 7) 3
- 8) 2
- 9) 3
- 10) 3

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

Зачет в седьмом семестре проводится в форме защиты группового проекта. Продолжительность экзамена 1,5–2 часа.

Индикатор компетенции	Оценочные средства
ИПК 4.1. Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским	Оценка первого этапа работы над проектом

законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	
ИПК 4.2. В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований.	Оценка второго этапа работы над проектом
ИПК 4.3. Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.	Оценка презентации проекта

В рамках проектной работы студентам предлагается смоделировать комплексную рекламную кампанию по продвижению конкретного издания и дать подробное описание всех элементов прикнижной рекламы и мероприятий внекнижной рекламы и Public Relations. Работа над проектами идет поэтапно, по итогам изучения каждого раздела курса студенты готовят соответствующий фрагмент проекта и презентуют его группе.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации.

Требования к оформлению описания проекта:

Описание проект должно содержать:

название проекта

постановка проблемы

целевое назначение проекта

задачи проекта

участники проекта

основные определения терминов, используемых в работе

методы

результаты исследования

иллюстративный материал

список использованной литературы

Требования к оформлению текста проекта

Текст проекта и отчет о его реализации должны быть набраны и текстовом редакторе WinWord шрифтом Times New Roman размером 12 pt. через 1 межстрочный интервал; страница текста должна иметь поля: левое 2 см, верхнее – 2 см, правое – 1,5 см, нижнее – 2 см., все страницы нумеруются в нижней части листа.

Объем текста проекта должен составлять не более 6 страниц печатного текста.

Требования к процедуре презентации - защите проектов

Соответствие регламенту защиты проектов: регламент защиты – не более 15 минут (презентация – до 7 мин., ответы на вопросы – не более 10 мин.). В процессе презентации необходимо раскрыть следующее: цель, задачи проекта, основные результаты проекта.

Результаты зачета определяются по шкале «зачтено»/«не зачтено».

«Зачтено» – студент принял участие в проектной работе, представил рефлексию своей деятельности в групповом отчете, смог ответить на все вопросы во время защиты проекта, текущие контрольные задания во время освоения курса были выполнены на «отлично» или «хорошо».

«Не зачтено» – студент не принимал участия в проектной работе или выполнил малую часть заданий, не участвовал в защите проекта, текущие контрольные задания во

время освоения курса не были выполнены или выполнены на оценку «не удовлетворительно».

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

Тест

- 1) Впишите пропущенное слово:
«Коммуникативной основой внекнижной рекламы и определяющим фактом ее существования являются элементы ... рекламы».
- 2) Впишите пропущенный термин:
«Для привлечения обычных покупателей на книжных выставках-ярмарках раздают плакаты, значки, майки, шары, наклейки на книги, рекламные буклеты и книги в качестве сувенира: все это формирует целенаправленный ... на книгу».
- 3) О каком элементе прикнижной рекламы идет речь?
«... на обложке, чаще всего, дублируется в пресс-релизах, рекламных объявлениях и иных рекламных текстах».
- 4) Впишите пропущенное слово:
«В последние годы в России активно используется западная практика «... экранизации», когда на волне успеха фильма или сериала издаются связанные с ним книги».
- 5) Впишите пропущенное слово:
«Книжные выставки могут быть мероприятием, а могут представлять собой информационные ... в магазинах и на предприятиях».
- 6) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Рекламный метод «продакт плейсмент» - это:
 - 1) Размещение информации о товаре в популярном литературном произведении или кинофильме
 - 2) Размещение информации о новом литературном произведении в кинофильме или телесериале
 - 3) Размещение информации о новом издании в рекламном блоке перед демонстрацией популярного кинофильма
- 7) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Литературный «продакт плейсмент» впервые был опробован в России в романе Дарьи Донцовой «Филе из золотого петушка»:
 - 1) В 1998 году
 - 2) В 2003 году
 - 3) В 2009 году
- 8) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Определите, какой элемент издания НЕ предполагает размещения рекламных объявлений о выходе новых книг:
 - 1) Последние страницы издания
 - 2) Оборот титульного листа
 - 3) Закладные полосы (клапаны) суперобложки

- 4) Задняя сторона обложки
- 9) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Для книжных магазинов главными способами наружной рекламы становятся:
- 1) Рекламные щиты и плакаты на улицах
 - 2) Рекламные тумбы
 - 3) Светящиеся панно сити-формата
 - 4) Витрины и вывески
- 10) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Наиболее эффективное средство телевизионной рекламы книг:
- 1) Телевизионные сериалы
 - 2) Тематические передачи
 - 3) Информационные сюжеты в новостях
- 11) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Как осуществляется практика «обратной экранизации» в случае, когда популярный фильм не имеет литературного первоисточника?
- 1) Издается отредактированный сценарий фильма
 - 2) Издается книга, написанная по мотивам фильма
 - 3) Издается книга с кратким пересказом сюжета и кадрами из фильма
- 12) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Главный компонент Интернет-сайтов издательств и книготорговых сетей:
- 1) Информация о предстоящих культурных мероприятиях
 - 2) Приглашение на распродажи и информация о скидках
 - 3) Полный ассортимент книжной продукции в виде каталога или прайса

Ключи:

- 1) прикнижной
- 2) спрос
- 3) аннотация
- 4) обратной
- 5) стенды
- 6) 1
- 7) 2
- 8) 2
- 9) 4
- 10) 1
- 11) 2
- 12) 3

Информация о разработчиках

Гнюсова Ирина Федоровна, канд. филол. наук, доцент каф. общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ ТГУ