

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Профессиональная коммуникация на иностранном языке
*** in Professional communication a foreign language**

по направлению подготовки / специальности
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения
Очная

Квалификация
магистр

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

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-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и межкультурного взаимодействия.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОУК -4.1.1. Умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.

РОУК -4.2.1. Умеет применять современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.

РОУК -4.2.3. Умеет оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

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

Элементы текущего контроля:

- устный опрос;
- дискуссии;
- устное выступление с презентацией на практическом занятии;
- тест;
- 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)

Тест

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 -4.1.1., РОУК -4.2.1 и РОУК -4.2.3. и состоит из двух частей.

1. Представление доклада по заранее выбранной теме (РОУК -4.2.1.).
2. Ответы на вопросы и обсуждения тем по представленному вопросу (РОУК -4.1.1. и РОУК -4.2.3.).

Примеры тем для итоговой работы:

1. The Role of Artificial Intelligence in Modern Advertising
2. Storytelling: Crafting Narratives that Motivate
3. The Impact of KOL on Consumer Behavior
4. Ethics and AI: nuacen
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: ПОУК -4.1.1., ПОУК -4.2.1 и ПОУК -4.2.3.

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