

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Планирование и проведение PR-кампаний

Разработчик (и):

Иванищева О.Н.,
доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры ФМКиЖ

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики
протокол № 5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой ФМКиЖ



Саватеева О. В.

подпись

ФИО

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1УК-3 Определяет формы, средства и методы социального взаимодействия ИД-2УК-3 Реализовывает свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества ИД-3УК-3 Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной цели	понятие и основные составляющие медиакмпании: цель, задачи, коммуникативные проблемы, идеи и темы	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность	навыками реализации медиапроекта, планирования работы, продвижения медиапродукта на информационный рынок, работы в команде	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету
ПК-3 - Способен понимать сущность и значение информации в развитии общества, использовать основные методы получения и работы с информацией, применяя	ПК-3.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта ПК-3.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта ПК-3.3. Контролирует соблюдение	целевую аудитория медиакмпании, ее виды по разным параметрам	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность;	навыками реализации медиапроекта, планирования работы, продвижения медиапродукта на информационный рынок, работы в команде	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету

современные цифровые технологии и основываясь на принципах информацион ной безопасности	редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте					
--	---	--	--	--	--	--

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
10	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

3.2 Критерии и шкала оценивания практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно</i>	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. ИЛИ Задание не выполнено.

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с зачетом

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным.

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Зачтено</i>	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Незачтено</i>	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

Вопросы к зачету

1. Медиапланирование как основная технология управления информацией и рекламой.
2. Проблема конгломерации в российских СМК.
3. Социальная стратификация в современных СМК.

4. Социологические источники и инструментарий медиапланирования.
5. Планирование рекламных и информационных кампаний: предварительные процедуры, модели прогнозирования рейтинга, модели уровня известности, выбор носителей, контроль прохождения рекламной кампании.
6. Мифы и суеверия в медиалпланировании.
7. Онлайн исследования медийного пространства.

5.Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования.

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта включает: *тестовые задания.*

Комплект заданий диагностической работы

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ДЕ-1 СМИ и медиакампаний. Целевая аудитория медиакампаний. 1. Что является предметом любого коммуникативного воздействия в первую очередь? а) поведение человека; б) состояние человека; в) духовно-психологическая сфера человека; г) отношение человека. 2. Какая из перечисленных характеристик не входит в понятие информационной деятельности: а) создание информации; б) размножение информации; в) отмывание информации; г) сохранение информации. 3. Какой из указанных каналов коммуникации относится к системе средств массовой информации: а) рекламное агентство; б) авиаинии; в) почтовые перевозки; г) автомагистраль. 4. Выделите наиболее полный правильный ответ на вопрос: что относится к средствам массовой информации? а) газеты и журналы; б) газеты, журналы и реклама; в) газеты, журналы, радио и телевидение; г) журналы, радио, телевидение и интернет.

ДЕ-2 Психология коммуникативного воздействия медиа.

1. Модель взаимоотношений с аудиторией, в ходе которой аудитория является объектом воспитания со стороны СМИ, называется:

- а) коммуникативно-познавательная;
- б) управленческо-технократическая;
- в) гуманитарная.

2. Кто из исследователей разработал понятие психологической безопасности и выявил основное условие безопасности:

- а) Пронина Е.Е.
- б) Олешко В.Ф.
- в) Рощин С.К.
- г) Ворошилов В.В.

3. Целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу, в ходе которого осуществляется процесс передачи информации, основанный её некритическом восприятии, – это ...

- а) убеждение;
- б) гипноз;
- в) внушение;
- г) заражение.

4. В основе какого негативного психологического эффекта распространения массовой информации лежит стереотип-заблуждение «рядом – значит вместе»:

- а) эффект бумеранга;
- б) эффект ореола;
- в) эффект порядка.

эффект реактанса

ПК-1 Способен отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность

ДЕ-3 Рекламные и PR-кампании: сущность, особенности, технология. Коммуникативные процессы и управление общественным мнением.

1. Имиджевая реклама – это:

- а) то же самое, что и корпоративная реклама;
- б) средства и мероприятия, направленные на формирование положительного образа продукта и положительного отношения потребителя к продукту;
- в) средство для быстрого увеличения объема продаж;
- г) главное средство sales promotion.

2. Реклама, которая содержит информацию, порочащую физические и юридические лица, национальное достояние, государственные и религиозные символы:

- а) недостоверная реклама;
- б) неэтичная реклама;
- в) недобросовестная реклама;
- г) ложная реклама.

3. Реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, в Законе «О рекламе» называется:

- а) ложной рекламой;
- б) тайной рекламой;
- в) недобросовестной рекламой;
- г) скрытой рекламой.

4. В классификацию рекламы по функциям и целям включается:

- а) вечерняя реклама;
- б) поддерживающая реклама;
- в) локальная реклама;
- г) товарная реклама.

5. Выберите правильный вариант из четырех предложенных ответов: паблисити – это...

- а) форма PR;
- б) часть рекламы;
- в) часть маркетинга;
- г) часть sales promotion.

Ключи к тестовым заданиям.

ДЕ № вопр.	ДЕ-1	ДЕ-2	ДЕ-3
1	а	б	б
2	в	а	б
3	а	в	г
4	г	б	б