

**Приложение 2 к РПД Б1.В.01.02 Связи с общественностью в
социальной работе
39.03.02 Социальная работа
направленность (профиль) - Социальное обслуживание населения
Очная форма обучения
набор 2022 года**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Общие сведения

1.	Кафедра	Философии и социальных наук
2.	Направление подготовки	39.03.02 Социальная работа
3.	Направленность	Социальное обслуживание населения
4.	Дисциплина (модуль)	Связи с общественностью в социальной работе
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

Перечень компетенций

ПК-4 Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан.

ПК-8 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы.

3.Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования (стандартная таблица)

Этапы формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	форм-ая компет.	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		знать	уметь	владеть	
Раздел 1. Основы дисциплины связи с общественностью	ПК-4, ПК-8	основные понятия и концептуальный аппарат связей с общественностью, а также современные тенденции развития рг-технологий в сфере социальной работы; - особенности взаимодействия со средствами массовой информации с целью эффективной реализации социальных технологий и технологий социальной работы, направленных на обеспечение прав человека в сфере социальной защиты;	- применять знания о методах технологиях связей с общественностью с целью определения индивидуальных потребностей граждан и предоставления социальных услуг и мероприятий по их социальному сопровождению в сфере социальной работы; - осуществлять деловое общение (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.) в сфере обеспечения прав человека и социальной защиты, развития рынка социальных услуг, привлечения внимание к социальным проблемам	- навыками организации и проведения PR-акций, пресс-конференций, презентаций, ориентированных на эффективную реализацию социальных технологий и технологий социальной работы, направленных на обеспечение прав человека в сфере социальной защиты;	практическая работа на семинаре(4); доклад (2); терминолог. тест (диктант) (1); тест (1); презентация 2)

<p>Раздел 2. Технологии связи с общественностью в социальной работе</p>	<p>ПК-4, ПК-8</p>	<p>- способы предоставления мер социальной защиты, в том числе социального обеспечения, социальной помощи и социального обслуживания посредством использования технологий связей с общественностью;</p>	<p>- реализовывать маркетинговые технологии с учётом специфики и современного сочетания глобального, национального и регионального, особенностей этнокультурного развития страны и социокультурного пространства, поведения различных национально-этнических, половозрастных и социально-классовых групп.</p>	<p>- навыками организации и проведения PR-акций, пресс-конференций, презентаций, ориентированных на эффективную реализацию социальных технологий и технологий социальной работы, направленных на обеспечение прав человека в сфере социальной защиты;</p>	<p>практическая работа на семинаре (5); терминолог. тест (диктант) (2); доклад (2); презентация (2); тест (3)</p>
---	-----------------------	---	---	---	---

Критерии и шкалы оценивания

4.1. Тест

Процент правильных ответов	До 60	61-80	81-90	91-100
Количество баллов за решенный тест	0,5	1	1,5	2

4.2. Презентация

Структура презентации	Максимальное количество баллов
• Содержание	
• Сформулирована цель работы	0,4
• Понятны задачи и ход работы	0,4
• Информация изложена полно и четко	0,4
• Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации	0,4
• Сделаны выводы	0,4
• Оформление презентации	
• Единый стиль оформления	0,4
• Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	0,4
• Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах	0,4
• Ключевые слова в тексте выделены	0,4
• Эффект презентации	
• Общее впечатление от просмотра презентации	0,4
Мах количество баллов	4
Окончательная оценка:	4

4.3. Доклад

Баллы	Характеристики ответа студента
3	- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями
2	- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой основных понятий
1	- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой понятий

0	<ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет понятийным аппаратом
---	--

4.4. Работа на практических занятиях

Баллы за 1 практическое занятие	Характеристики работы студента
1	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил проблематику; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, практически не прибегая к опорным конспектам; - студент стремится участвовать в обсуждении каждого пункта плана практического занятия. - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения; - делает самостоятельные выводы и обобщения
0,5	<ul style="list-style-type: none"> - студент в целом усвоил проблематику; - допускает отдельные неточности в ответе; - студент стремится участвовать в обсуждении ряда пунктов плана практического занятия. - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только с помощью опорного конспекта, не может излагать материал без продолжительного отрыва от него; - пытается аргументировать выдвигаем им положения; - пытается делать выводы и обобщения
0	<ul style="list-style-type: none"> - студент практически не усвоил проблематики; - в ответе допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - не может аргументировать высказываемые положения; - не формулирует выводов и обобщений; - пробует эпизодически участвовать в обсуждении отдельных пунктов плана или не работает на практическом занятии

4.5. Задание на понимание терминов (терминологический тест)

Процент правильных ответов	до 60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	0	1	2

4.5. Оценивание ответа студента на экзамене

Ответ на один вопрос оценивается от 0 до 40 баллов.

Баллы за ответ на 1 вопрос	Характеристики работы студента
31-40	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне осветил проблематику вопроса; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, практически не прибегая к опорному конспекту; - студент не допускает неточностей в ответе; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения;

	<ul style="list-style-type: none"> - делает самостоятельные выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями -свободно отвечает на дополнительные вопросы, демонстрируя достаточно глубокое понимание материала.
21-30	<ul style="list-style-type: none"> - студент достаточно полно осветил проблематику вопроса; - студент не допускает неточностей в ответе; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только время от времени прибегая к опорному конспекту, подготовленному во время подготовки к экзамену; - обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения; - пытается делать самостоятельные выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями - студент не испытывает трудностей при ответе на дополнительные вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, ответы в целом удовлетворительные
11-20	<ul style="list-style-type: none"> - студент в целом осветил проблематику вопроса; - студент допускает отдельные неточности в ответе; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, испытывает серьезные трудности при продолжительном отрыве от него; - пытается аргументировать выдвигаем им положения; - пытается делать выводы и обобщения; - владеет основными понятиями - студент пытается отвечать на дополнительные вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, но испытывает трудности при ответе
1-10	<ul style="list-style-type: none"> - студент слабо осветил проблематику вопроса; - студент допускает неточности в ответе; - излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, не может изложить больше 1-2 предложений по теме без отрыва от конспекта; - не пытается делать выводы и обобщения; - слабо владеет понятиями; - студент не отвечает на дополнительные вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала или отвечает не верно.
0	<ul style="list-style-type: none"> - ответ отсутствует. - ответ не имеет никакого отношения к содержанию вопроса

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1. Типовое тестовое задание

Внимательно прочтите вопрос и все варианты ответа на него. Затем обведите кружком номера ответов, которые являются, по Вашему мнению, правильными.

1. Определение понятия «общественность — это активное социальное образование, в определенный момент объединяющее всех тех, перед кем встает общая проблема, чтобы вместе искать пути ее разрешения» предложил:

- а) О. Конт
- б) Д. Дьюи
- в) Ф. Дистерверг
- г) К. Маркс

2. PR- деятельность отличается от сферы журналистики:

- а) созданием события
- б) поддержкой престижа
- в) участием в событии
- г) игнорированием события

3. В отличие от рекламы PR ориентирована:

- а) на конкретный результат
- б) на построение долговременных отношений между (предприятием (организацией, иным субъектом) и общественностью
- в) на платное использование печатных площадей и эфирного времени
- г) на открытые отношения между продавцом и покупателем услуги

4. Основная цель PR заключается:

- а) в передаче информации
- б) в социальной информации
- в) в изменении общественного мнения
- г) создание благоприятных условий для успешного функционирования внешней и внутренней среды

5. Выберите правильные ответы. Легче проходит фильтры массового сознания:

- а) печатная коммуникация
- б) визуальная коммуникация
- в) событийная коммуникация
- г) речевая коммуникация

6. Для утверждения собственной точки зрения политик использует способ:

- а) утверждения
- б) доказательства
- в) убеждения
- г) аргументации

7. Символический образ объекта на результатах обработки информации:

- а) персона
- б) идол
- в) имидж
- г) вождь

8. Демонстрирующей агрессивность и силу имиджа является характеристика:

- а) коммуникативная
- б) профессиональная
- в) социальная
- г) биологическая

9. Объектом воздействия государственной сферы PR является:

- а) общество
- б) социальная группа

- в) гражданин
- г) партия

10. Международная ассоциация связей с общественностью была образована в Лондоне:

- а) в 1923 г.
- б) в 1946 г.
- в) в 1955 г.
- г) в 1992 г.

Ключ: 1 - б; 2- а, б; 3 -б; 4 - г; 5- б, в; 6 -г; 7- в; 8 - г; 9 -а; 10 - в.

5.2. Примерные темы докладов (реферативных сообщений) и презентаций

1. Исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса
2. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и смежных специальностей
3. Крупнейшие международные и национальные Пр-агентства: состав, услуги, тенденции эволюции
4. Правовое регулирование в области связей с общественностью
5. Рынок ПР-услуг в Российской Федерации
6. Связи с общественностью в современных организациях
7. Служба по связям с общественностью в социокультурной сфере (образовании, культуре, науке, церкви)
8. Журналистский корпус как ключевая аудитория связей с общественностью
9. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью
10. Коммуникация и ее разновидности
11. Место и роль исследований в связях с общественностью
12. Законодательное регулирование работы СМИ

5.3. Типовое задание на понимание терминов

Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

1. Медиация	10. Реклама
2. Ораторское искусство	11. Спичрайтер
3. Паблицити	12. Фанд-рейзинг от английского fund raising
4. Презентация	13. Фасилитация
5. Продвижение (промоушн)	14. Модель пресс-агента
6. Пресс-релиз	15. Черный PR
7. Пресс-конференция	
8. Презентация	

Ключ:	№ вопроса	Определение понятия
1	6	функция чаще всего связанная с паблик рилейшнз, охватывающая информирование внешних групп общественности о компании и ее деятельности с помощью различных средств коммуникации
2	11	искусство публичных выступлений

3	13	форма выдачи информации может быть также названа «пресс-конференцией плюс», поскольку соответствующая часть (сбор журналистов и ознакомление их с некоторыми сведениями) присутствует на любой презентации. Иначе говоря, презентация – это цепь накладывающихся друг на друга событий, а именно: 1) приглашение и встреча, 2) пресс-конференционная часть, 3) презентационная часть, 4) неформальное общение, 5) сопровождение (дополнение) общения, 6) прощание
4	2	форма распространения информации
5	12	это информация из независимого источника, используемая средствами информации потому, что она имеет ценность новости. Это неконтролируемый метод размещения сообщений в средствах информации, поскольку источник сообщения ничего не платит прессе за размещение
6	3	это отобранная группа единиц опроса, призванная репрезентовать т.н. генеральную совокупность людей (объект исследования), мнение которых стремится узнать исследователь
7	4	(прямая рассылка) – способ распространения информации, основанный на обращении непосредственно к конечному ее потребителю
8	15	один из распространенных способов передачи информации в СМИ
9	5	открытый диалог в эфире между слушателями, ведущим и гостями студии
10	14	это функция паблик рилейшнз, предусматривающая специальные усилия (активность или организованные события), рассчитанные на формирование и стимулирование интереса к личности, товару, организации или направлению деятельности
11	9	автор, придумывающий рекламную и PR- стратегию и основную тему рекламы или PR- сообщения, включая все ее текстуальные составляющие – сценарий, слоган, подписи к плакатам и пр.
12	18	платный способ распространения информации о компании, товаре, персоне
13	17	«визуализированная» пресс-конференция с представлением чего-либо нового
14	1	организация специалистов в области PR, созданная в 1948 г.
15	16	встреча журналистов с представителями организаторов
16	20	сбор средств. Тесно связанное со спонсорингом это понятие означает целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления тех или иных проектов (программ, акций) и / или поддержки тех ли иных институтов. Может осуществляться в виде бизнеса, благотворительной и спонсорской деятельности
17	7	осуществляется с целью осмысления несогласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами общественности
18	19	человек, готовящий рукопись речи. Спонсоринг – от английского sponsor и sponsorship. В развернутом смысле спонсоринг представляет собой подбор или организацию события (или иного объекта спонсирования), ведение и контроль события, а также ведение и / или контроль PR и рекламной кампании, гарантию осуществления проекта с учетом интересов спонсора
19	21	представляет собой процесс, где специалист, приемлемый для всех членов группы, нейтральный и не имеющий права принимать решение (фасилитатор), помогает группе улучшить способы идентификации проблем и принятия решения за счет организации конструктивной совместной деятельности
20	22	односторонняя модель, имеющая чисто пропагандистские цели

21	23	это нарушение правил предвыборной агитации, распространение в СМИ лживой информации, порочащей честь и достоинство кандидатов в диспутов, роспуск лживых слухов и др.
22	8	мысли и образы, который получатель надстраивает над полученным сообщением, тем самым делая его своим
23	10	– это процедура прогрессивного вмешательства в конфликт, в ходе которой его участники с помощью нейтрального посредника (медиатора) планомерно выявляют проблемы и пути их решения, ищут альтернативы и пытаются достичь приемлемого соглашения, которое соответствовало бы их интересам

5.4. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Возникновение и развитие связей с общественностью как отрасли научного и практического знания
2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе
3. Связи с общественностью за рубежом: история и современность
4. Связи с общественностью в России: история и современность
5. Сферы применения знаний и умений специалиста по связям с общественностью в социальной работе
6. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью
7. Связи с общественностью в системе менеджмента социальной работы
8. Особенности массовой коммуникации, её значение в социальной работе
9. Основные теории коммуникации, их характеристика
10. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования
11. Типовые работы ПР-служб, их характеристика
12. Основные объекты ПР-деятельности в социальной сфере
13. Профессиональные ПР-издания, их роль в социальной рекламе
14. Российское законодательство о защите прав потребителей
15. Профессиональная этика в связях с общественностью и рекламе
16. Основные организационные ПР-структуры
17. Связи с общественностью в системе государственной власти
18. Современная пресс-служба: структура и функции
19. Пресс-секретарь: место, функции, обязанности.
20. Типовой отдел по связям с общественностью
21. Организация и планирование работы ПР-отдела
22. Подготовка ПР-программы: цели, аудитория, коммуникативное обеспечение
23. СМИ как канал выхода на различные аудитории в социальной работе
24. Принцип и формы взаимоотношений ПР-служб с различными СМИ
25. Особенности ПР-работы с телевидением
26. Особенности ПР-работы с радио
27. Особенности ПР-работы в интернете
28. Подготовка ПР-материалов для СМИ
29. Социальная реклама, основные функции, виды социальной рекламы
30. Информационные ПР-документы
31. Работа ПР-служб с местной общественностью
32. Пресс-конференция как ПР-мероприятие
33. Презентация как ПР-мероприятие
34. Ярмарки и выставки как ПР-мероприятия
35. Приемы и дни открытых дверей как ПР-мероприятия
36. Кино- и фотосредства в связях с общественностью
37. Классификация и характеристика исследований в связях с общественностью
38. Психология массовой коммуникации

39. Имиджелогия

40. Имидж политического лидера: составляющие и способы построения.