

**Приложение 2 к РПД Современная пресс-служба
42.03.02. Журналистика.
Направленность (профиль)– Медиа-рилейшнз
Форма обучения – очная
Год набора - 2022**

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

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Направление подготовки	42.03.02. Журналистика
3.	Направленность (профиль)	Медиа-рилейшнз
4.	Дисциплина (модуль)	Современная пресс-служба
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК-2 - Способен получать информацию для подготовки материала.

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
1. Пресс-службы в разных структурах	УК-3; УК-4; ПК-2	специфику работы пресс-службы; особенности функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих	определять эффективность работы пресс-службы	навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации	контрольная работа, кейс-задания
2. Приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации	УК-3; УК-4; ПК-2	приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации	анализировать входящий и исходящий поток информации	навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации	контрольная работа, реферат, тест

Шкала оценивая в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ:

«не зачтено» - 60 баллов и менее, «зачтено» - 61-100 баллов.

4. Критерии и шкалы оценивания

За решенный тест выставляются баллы

Процент правильных ответов	До 60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	0	5	10

За подготовку кейс-задания выставляются баллы

Баллы	Критерии оценивания
10	– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;
8	- ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный;
4	– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения;
0	– отсутствуют необходимые знания предмета; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы

За подготовку реферата выставляются баллы

Баллы	Характеристики ответа студента
10	- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями
5	- 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	- 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

За подготовку контрольной работы выставляются баллы

Баллы	Характеристики ответа студента
10	-студент показал знания специфики работы пресс-службы; особенностей функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации; - содержание ответов свидетельствует об его умении определять

	<p>эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации;</p> <p>▪ студент владеет навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации</p>
5	<p>- студент обнаруживает недостаточные знания специфики работы пресс-службы; особенностей функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации;</p> <p>- содержание ответов свидетельствует об его недостаточном умении определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации;</p> <p>- студент недостаточно владеет навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации.</p>
0	<p>- студент не показал знания специфики работы пресс-службы; особенностей функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации;</p> <p>- содержание ответов свидетельствует об его неумении определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации;</p> <p>- студент не владеет навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации.</p>

Зачет

Баллы	Характеристики ответа студента
40-39 б	<p>- студент показал отличные знания специфики работы пресс-службы; особенностей функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации;</p> <p>- содержание ответов свидетельствует о высокой степени сформированности умения определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации;</p> <p>- студент хорошо владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов</p>
38-30 б	<p>- студент показал хорошие знания специфики работы пресс-службы; особенностей функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации;</p> <p>- содержание ответов свидетельствует об умении определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации;</p> <p>- студент владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов</p>

29-10 б	<ul style="list-style-type: none"> - студент недостаточно знает специфику работы пресс-службы; особенности функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации; - содержание ответов свидетельствует о недостаточном умении определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации; - студент недостаточно владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов
9 б и менее	<ul style="list-style-type: none"> - студент плохо знает специфику работы пресс-службы; особенности функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих; приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации; - содержание ответов свидетельствует о неумении определять эффективность работы пресс-службы; анализировать входящий и исходящий поток информации; - студент плохо владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов

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

1. Основной функцией пресс-службы является:

- а) информирование общественности через средства массовой информации о деятельности организации;
- б) проведение внутренних мероприятий;
- в) управление информационным кризисом;
- г) создание имиджа руководителя;
- д) повышение инвестиционной привлекательности организации.

2. Методу контент-анализа СМИ соответствует:

- а) анализ деятельности журналистов;
- б) анализ отношений журналистов к вашей организации;
- в) качественно-количественный анализ сообщений СМИ о вашей организации;
- г) анализ публикаций в конкретном издании о вашей организации;
- д) анализ содержания всех СМИ региона.

3. Должности «PR-менеджера» и «пресс-секретаря» соотносятся с друг другом как:

- а) абсолютно одно и то же. В разных организациях так называется одна и та же должность;
- б) PR-менеджер и пресс-секретарь работают в одной команде, разными методами добиваясь одних целей;
- в) PR-менеджер имеет функции более широкие, чем у пресс-секретаря;
- г) пресс-секретарь выполняет функции, подчиненные PR-менеджеру;
- д) PR-менеджер выполняет также функции менеджера по рекламе.

4. Информационный повод – это:

- а) утечка значимой конфиденциальной информации;
- б) независимость от средств массовой информации;

- в) событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение;
- г) работа с мнениями самых широких слоев общественности;
- д) повод для написания пресс-релиза или инициирования встречи с журналистами.

5. Понятию пресс-тура соответствует определение:

- а) туристическая поездка, организуемая турагентством для журналистов на бесплатной основе с целью продвижения агентства;
- б) туристическая поездка для известных журналистов;
- в) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы сделать это место более привлекательным для туристов;
- г) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы получить в СМИ отклики журналистов;
- д) отдых для журналистов.

6. Пресс-релиз отличается от пресс-кита тем, что:

- а) пресс-релиз содержит в себе информацию о деятельности компании;
- б) пресс-релиз исполняет роль единичного информационного продукта и предоставляется без дополнительных аналитических справок;
- в) средство информирования общественности о происходящих корпоративных событиях;
- г) это одно и то же;
- д) в количестве информации.

7. Аккредитованный пресс-службой журналист обязан:

- а) соблюдать правила внутреннего распорядка работы организации;
- б) использовать только ту информацию об организации, которая предоставлена пресс-службой;
- в) опубликовывать полученную информацию;
- г) согласовывать свой материал с руководителем организации (пресс-службы);
- д) не вмешиваться в ход мероприятия, на котором он присутствует (если оно не специально организовано для прессы).

8. Паблсити – это:

- а) информационная реклама товара (услуги);
- б) достижение широкой известности и популярности какого-либо объекта;
- в) качественно-количественный анализ сообщений СМИ;
- г) целевая аудитория для PR-воздействия;
- д) общественная группа потребителей.

9. Укажите ошибку в поведении пресс-секретаря при возникновении кризисной ситуации:

- а) сохранять хладнокровие;
- б) реагировать быстро;
- в) не допускать «утечку» негативной информации;
- г) анализировать возможное развитие событий;
- д) проявлять готовность к обсуждению кризисной ситуации.

10. Определению пресс-конференции соответствует:

- а) одна из форм генерирования и обсуждения идей, значимых для различных групп общественности;
- б) информационное мероприятие, с целью возможного продвижения своих идей, продуктов организациями, чьи представители делают доклады на заседании;
- в) встреча журналистов с представителями государственных учреждений, общественно-

политических организаций, коммерческих структур, имеющая целью предоставить СМИ фактографическую информацию о презентуемом проекте;

- г) организованное и заранее подготовленное хозяевами совместное проведение времени представителей организации и гостей;
- д) информационное мероприятие, с целью возможного продвижения своих идей, продуктов организациями, чьи представители делают доклады на заседании.

11. Аккредитация пресс-службы предоставляет журналисту:

- а) благоприятные условия деятельности;
- б) возможность получать по запросу информацию и незакрытые документы;
- в) абсолютное право копировать необходимые документы;
- г) право вести запись с использованием технических средств;
- д) это единственный способ доступа к информации об организации.

12. В медиа-карту входят следующие сведения:

- а) план работы вашей организации со СМИ;
- б) стоимость размещения рекламных материалов в СМИ;
- в) базовый перечень СМИ с точными координатами для быстрого контакта;
- г) базовый перечень всех существующих российских СМИ;
- д) новостные поводы для возможного размещения в СМИ.

13. Ответ на информационный запрос журналиста, согласно «Закону о СМИ», должен быть предоставлен:

- а) немедленно;
- б) за сутки;
- в) через 3 дня;
- г) через 5 дней;
- д) через неделю.

14. Ядром деятельности (самым важным) пресс-службы любого уровня является:

- а) проведение пресс-мероприятий;
- б) воздействие на состояние общественного мнения;
- в) имидж организации;
- г) паблицити;
- д) пропаганда идей.

15. Исключите недопустимый информационный повод для опубликования в СМИ:

- а) выступления руководства с комментариями какого-нибудь события;
- б) отчеты об итогах работы организации за определенный период;
- в) получение организацией наград, дипломов;
- г) внутренние мероприятия с обсуждением финансовых результатов работы организации (коммерческой тайны);
- д) участие в выставке.

16. Отказ пресс-службы в предоставлении информации, запрашиваемой журналистами, возможен:

- а) если пресс-служба или руководитель считает информацию закрытой;
- б) если она содержит сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;
- в) если у сотрудников пресс-службы нет времени для подготовки запрашиваемой информации;
- г) если руководитель не хочет давать комментарии;
- д) если запрос журналиста устный.

17. Имеет ли право сотрудник пресс-службы отказать журналисту в доступе к информации об организации, если журналист не является аккредитованным?

- а) да;
- б) нет;
- в) да, в случае, если журналист не хочет согласовывать материал с пресс-службой;
- г) да, кроме предусмотренных «Законом о СМИ» случаев;
- д) нет, кроме предусмотренных «Законом о СМИ» случаев.

18. Вспомогательными функциями пресс-службы являются:

- а) информирование общественности;
- б) достижение публичности;
- в) формирование имиджа;
- г) издание корпоративной газеты;
- д) влияние на общественное мнение.

19. Основным отличием брифинга от пресс-конференции является:

- а) действующие лица;
- б) время проведения;
- в) тематика;
- г) длительность;
- д) информационный повод.

20. Наиболее мягкая форма разрешения спора между редакцией и организацией (пресс-службой организации):

- а) мировой суд;
- б) публикация опровержения;
- в) публикация ответа;
- г) публикация «заказной» статьи;
- д) встреча с редактором.

21. Укажите основные функции информационно-аналитического подразделения пресс-службы:

- а) пресс-клиппинг;
- б) организация интервью руководства;
- в) мониторинг СМИ;
- г) написание пресс-релизов;
- д) определение информационной политики организации.

22. Наиболее оптимальная длительность пресс-конференции:

- а) 10 минут;
- б) 30 минут;
- в) 50 минут;
- г) 1 час;
- д) 2 часа.

23. Укажите 3 правила при создании информационных поводов:

- а) если необходимо, придумывайте новости;
- б) необходимо подавать социально значимые новости;
- в) меньше официоза, больше живого, эмоционального текста, интересного для восприятия целевой аудитории;
- г) использовать только официальные документы в качестве информационных поводов;
- д) не врать и не говорить лишнего.

24. Укажите острые, способные вызвать повышенный интерес СМИ формы подачи информации:

- а) эксклюзив;
- б) бэкграундер;
- в) сенсация;
- г) пресс-нюз;
- д) пресс-релиз.

25. Как называется короткая встреча представителей компании со СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам (комментария событий)?

- а) интервью;
- б) пресс-конференция;
- в) презентация;
- г) брифинг;
- д) репортаж.

26. Кратким документом, призванным объявить или объяснить позицию одной или нескольких организаций по какому-либо вопросу, является:

- а) пресс-релиз;
- б) заявление;
- в) пресс-кит;
- г) факт-лист;
- д) объявление.

27. Определению «пресс-служба» соответствует:

- а) служба по взаимодействию со СМИ региона;
- б) связующее звено, обеспечивающее обмен информацией между обществом и организацией;
- в) структура, управляющая общественным мнением;
- г) информационно-справочная служба.

28. Специально организованные мероприятия для привлечения внимания к организации со стороны широкой общественности или среди определенного круга лиц – это:

- а) пресс-конференции;
- б) конференции;
- в) PR-акции;
- г) PR-миссии;
- д) брифинги.

29. Приглашение на пресс-конференцию необходимо разослать:

- а) 1 раз: за 3 дня до мероприятия;
- б) 2 раза: за месяц и за 2 дня до мероприятия;
- в) 2 раза: на неделю и за 2 дня до мероприятия;
- г) необходим только обзвон журналистов;
- д) 1 раз: за 2 дня до мероприятия.

30. Какую информацию содержат пресс-памятки:

- а) о планируемых мероприятиях и пресс-конференциях;
- б) о днях рождения редакторов СМИ;
- в) о контактных данных представителей СМИ;
- г) справочная информация о предприятии;
- д) справочная информация о СМИ.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовым заданиям

№ вопр	
1	а
2	б
3	в
4	б
5	д
6	д
7	а
8	в
9	б
10	г
11	г
12	б
13	а
14	в
15	в
16	б
17	г
18	д
19	д
20	а
21	в
22	г
23	б
24	в
25	а
26	а
27	г
28	г
29	д

5.2. Типовые кейс-задания

1. По предложенным ситуациям напишите пресс-релиз;
2. Сформулируйте свои рекомендации по совершенствованию пресс-службы одного из учреждения.

5.3. Примерные темы рефератов

1. Доступ журналистов Баренц региона к информации о регионе.
2. Проблема свободы деятельности пресс-службы.
3. Пресс-служба в государственных учреждениях.
4. Пресс-служба в частных организациях, корпорациях.

5.4. Примерное контрольное задание

Контрольная работа (итоговый проект) «Организация работы пресс-службы» представляет собой модель ситуации – организация деятельности пресс-службы в организации и включает в себя следующие этапы:

1. Определение цели и задач, функций пресс-службы, партнеров (журналистов);
2. Создание проекта устава и штатного расписания пресс-службы;
3. Формулировка должностных обязанностей сотрудников пресс-службы;
4. Составление медиа-листа и краткого медиа-плана;
5. Составление списка возможных мероприятий для прессы (с инициированием информационных поводов);
6. Составление сценария PR-акции (чиновника/ бизнесмена) для прессы.

5.5. Вопросы к зачету

1. Устные контакты как прием связи пресс-службы со средствами массовой информации.
2. Информационный пакет как прием связи пресс-службы со средствами массовой информации.
3. Пресс-конференции как прием связи пресс-службы со средствами массовой информации.
4. Пресс-службы федеральных органов власти.
5. Пресс-службы региональных и местных органов власти.
6. Пресс-служба политической партии и выборы.
7. Пресс-службы в коммерческих структурах.
8. Пресс-служба в корпорации.
9. Пресс-служба в коммерческом банке: пресс-служба как инструмент внешних и внутренних банковских коммуникаций.
10. Пресс-службы в некоммерческих структурах.
11. Фандрайзинг.
12. Пресс-служба учреждения культуры.