

Компонент ОПОП 42.03.02 Журналистика.
Б1.В.09

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Современная пресс-служба

Разработчик (и):

Иванищева О.Н.,
доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры ФМКиЖ
Хохлина Н.В.,
кандидат филол наук,
доцент 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	специфику работы пресс-службы;	способность ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности	навыками характеристики типов и структуры СМИ	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1УК-4 Использует различные формы, виды устной и письменной деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации ИД-2 УК-4 Осуществляет коммуникацию, основываясь на системе норм изучаемого иностранного языка, используя коммуникативно приемлемый стиль в соответствии с целью и ситуацией общения	особенности функционирования современных пресс-служб в разных структурах: государственных и коммерческих	определять эффективность работы пресс-службы	навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету

	ИД-3 УК-4 Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный					
ПК-2 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики и, рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиа-каналов и платформ ПК-2.2. Участвует в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации	анализировать входящий и исходящий поток информации	навыками речевого воздействия и межкультурной коммуникации	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к зачету

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.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы 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.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован 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
Отлично	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо	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.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	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
Зачтено	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
Незачтено	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

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.

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
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
ПК-2 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью

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

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) паблисити;
- 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 паблисити;
- 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.

ПК-2 Способен получать информацию для подготовки материала

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

- а) пресс-клипинг;
- 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-цит;
- 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	∂
20	a
21	$\mathfrak{e}$
22	$\mathcal{Z}$
23	$\bar{o}$
24	$\mathfrak{e}$
25	a
26	a
27	$\mathcal{Z}$
28	$\mathcal{Z}$
29	∂