

**Приложение 2 к РПД Связи с общественностью  
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)	Связи с общественностью
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ПК-1 - Способен отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность; ПК-2 - Способен получать информацию для подготовки материала; ПК-3 - Способен обрабатывать и проверять полученную информацию для 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. Понятие, история публич рилейшнз (PR), виды и функции служб по связям с общественностью.	УК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3	историю публич рилейшнз	осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	Тест
2. Классификация и организационная структура служб по связям с общественностью	УК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3	функциональное назначение и принципы организации деятельности служб связей с общественностью в структурах	осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	Тест
3. Взаимодействие служб связей с общественностью со СМИ.	УК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3	типы документов и материалов, специально подготовляемых PR-службой для СМИ	осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	Тест, кейс-задание
4. Правовые и этические проблемы взаимодействия государственных органов с общественностью	УК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3	правовые, этические и организационные основы работы пресс-служб	осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	Тест, реферат

**Шкала оценивания 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-заданий выставляются баллы

Баллы	Критерии оценивания
20	– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;
10	- ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный;
5	– 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 усвоил 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

Зачет

Баллы	Характеристики ответа студента
40-39 б	- студент показал отличные знания функционального назначения и принципов организации деятельности служб связей с

	<p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание ответов свидетельствует о высокой степени сформированности умения осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;</li> <li>- студент хорошо владеет основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</li> </ul>
38-30 б	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент показал хорошие знания функционального назначения и принципов организации деятельности служб связей с общественностью;</li> <li>- содержание ответов свидетельствует об умении умения осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;</li> <li>- студент владеет основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</li> </ul>
29-10 б	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент недостаточно знает функциональное назначение и принципы организации деятельности служб связей с общественностью;</li> <li>- содержание ответов свидетельствует о недостаточном умении умения осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;</li> <li>- студент недостаточно владеет основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</li> </ul>
9 б и менее	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент плохо знает функциональное назначение и принципы организации деятельности служб связей с общественностью;</li> <li>- содержание ответов свидетельствует о неумении умения осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;</li> <li>- студент плохо владеет основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</li> </ul>

**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**

**ДЕ-1: Понятие, история публик рилейшнз (PR), виды и функции служб по связям с общественностью**

1. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?

- а) СО зародились в России в период сталинизма.
- б) СО зародились в США более ста лет назад.
- в) СО зародились в Японии двести лет назад.

2. Кто впервые официально употребил выражение «публик рилейшнз»?

- а) С. Блэк
- б) А. Линкольн
- в) Т. Джефферсон
- г) Аристотель

3. Какую фразу заменило выражение «паблик рилейшнз» в 1807 году, когда впервые было официально употреблено?

- а) связи с общественностью
- б) состояние мысли
- в) общественное мнение
- г) публичное выступление

4. Объектом деятельности пресс-службы являются

- а) сотрудники органов государственной власти
- б) юридические лица
- в) физические лица
- г) средства массовой информации.

**ДЕ-2: Классификация и организационная структура служб связей с общественностью.**

1. Пресс-секретаря Президента РФ зовут:

- а) Алексей Громов
- б) Дмитрий Песков
- в) Михаил Сеславинский
- г) другое

2. Пресс-секретаря Председателя Правительства РФ зовут:

- а) Марина Фокина;
- б) Наталья Ильина;
- в) Наталья Тимакова;
- г) другое

3. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...

- а) репортаж
- б) пресс-релиз
- в) интервью
- г) пресс-кит

4. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?

- а) аналитические материалы
- б) коммерческую информацию
- в) новости
- г) паблисити

**ДЕ-3: Взаимодействие служб связей с общественностью со СМИ**

1. Главное требование к пресс-релизу?

- а) наличие заголовка
- б) наличие общественно-значимого факта
- в) наличие аналитики
- г) наличие коммерческой информации

2. Специалист по связям с общественностью

- а) Релайтер
- б) Релайзер
- в) Ризлтор
- г) Промоутер

3. Паблсити – это..

- а) популяризация, создание известности.
- б) действия, направленные на привлечение внимания.
- в) вид коммуникации
- г) вид рекламы

4. Создано первое крупное бюро PR при Американском телефонно-телеграфном объединении.

- а) в 1897 году
- б) в 1939 году
- в) в 1912 году
- г) в 1920 году

#### **ДЕ-4: Правовые и этические проблемы взаимодействия государственных органов с общественностью**

1. Паблик рилейшнз (ПР, Public Relations, PR) - ...

- а) управление коммуникацией между организацией и ее общественностью.
- б) это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности
- в) это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации
- г) это искусство формирования благоприятного отношения общественности к фирме путем создания представления о том, что фирма выпускает и продает товар только в интересах покупателя, а не ради получения прибыли

2. Пресс-релиз – ....

- а) средство паблик рилейшнз, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию.
- б) бесплатная публикация ввиду новостного характера сообщения
- в) комплект материалов для раздачи журналистам на пресс-конференции.
- г) демонстрация рекламной продукции.

3. Пресс-кит (англ. press kit) – это...

- а) комплект материалов для раздачи журналистам на пресс-конференции.
- б) средство паблик рилейшнз,
- в) бесплатная публикация ввиду новостного характера сообщения
- г) демонстрация рекламной продукции.

4. Каковы цели и задачи пресс-конференции?

- а) регулярная встреча с журналистами;
- б) оповещение о какой-либо новости;
- в) разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;
- г) информирование о состоянии дел внутри организации

#### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний**

*Ключи к тестовым заданиям.*

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

3	б	б	а	а
4	г	в	в	в

## 5.2. Примерное кейс-задание

По предложенным ситуациям студентам написать пресс-релиз

## 5.3. Примерные темы рефератов

1. Место связей с общественностью в органах государственной власти
2. Сущность и принципы PR
3. PR и пропаганда
4. Методы построения имиджа
5. Социальная ответственность организации
6. Внутрикорпоративный PR
7. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью
8. PR как профессия
9. Общественное мнение как структурный элемент PR
10. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях.
11. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций
12. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
13. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания
14. Технологии манипулирования в СМИ
15. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями

## 5.4. Вопросы к зачету

1. Понятие информации. Теории информации. Сущность и содержание PR.
2. Возникновение и развитие пресс-служб в России и за рубежом.
3. Понятие общественности и ее роль в сфере PR.
4. Классификация и организационная структура PR-служб. Место PR-подразделений в структуре организаций
5. Функции и принципы деятельности PR -службы.
6. Отличия пресс-служб в государственных и коммерческих структурах.
7. Пресс-секретарь: профессиональные и этические основания деятельности.
8. Принципы и виды взаимодействия PR-служб со СМИ.
9. Формы общения с журналистами. Правила подготовки и проведения пресс-конференций и других коммуникативных мероприятий с журналистами.
10. Формы подачи информационно-новостных материалов.
11. Оперативно-новостные жанры пиар-текстов (пресс-релиз, приглашение). Исследовательско-новостные жанры пиар-текстов (аналитическая справка и бэкграундер).
12. Фактологические жанры пиар-текстов (доклад, факт-лист, биография, некролог). Образно-новостные жанры пиар-текстов (поздравление, байлайнер).
13. Исследовательские жанры пиар-текстов (обзор печати, мониторинг). Комбинированные пиар-тексты (пресс-кит, ньюслеттер).
14. Медiateксты (служебные и имиджевые документы).
15. Организация специальных мероприятий в правительственных PR-службах.
16. Внутрикорпоративный PR.
17. Правовое обеспечение деятельности пресс-служб.
18. Аккредитация журналистов (виды и порядок аккредитации, права и обязанности аккредитованных журналистов).