

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Код и направление подготовки, направленность (профиль), год набора	42.03.02. Журналистика, Медиа-рилейшнз, 2023
3.	Дисциплина (модуль)	Деловые коммуникации и международный протокол в структуре связей с общественностью
4.	Количество этапов формирования компетенций (разделы, темы дисциплины)	7

Перечень компетенций

Код компетенции	Наименование	Номер задания, проверяющего сформированность компетенции	
		Вариант 1	Вариант 2
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	1-9	1-9
ПК-1	Способен отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность	10-30	10-30

Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Индикаторы компетенции	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности и компетенций
			Знать:	Уметь:	Владеть:	
1. Деловые и межкультурные коммуникации	УК-4,	<p>УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.3. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>	<p>что такое деловая и межкультурная коммуникация; предмет, объект, задачи деловой и межкультурной коммуникации, актуальность проблемы межкультурной коммуникации в современном обществе; взаимосвязь с другими дисциплинами; становление и развитие деловой и межкультурной коммуникаций.</p>	<p>осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.</p>	<p>навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения</p>	тест
2. Деловые коммуникации: виды и функции. Деловые коммуникации в межкультурном аспекте.		<p>государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.4. Выполняет перевод профессиональных (в т.ч. деловых) текстов с иностранного языка на государственный язык Российской Федерации и с государственного языка Российской Федерации на иностранный.</p>	<p>что такое деловые контакты, их виды и функции; деловые контакты в межкультурном взаимодействии.</p>	<p>осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.</p>	<p>навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения</p>	тест
3. Письменная деловая коммуникация	ПК-1	ПК-1.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или)	<p>построение и написание делового текста; особенности</p>	<p>осуществлять деловую</p>	<p>навыками использования современных</p>	тест

		коллективного проекта в сфере журналистики ПК-1.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики ПК-1.3. Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	межкультурной письменной коммуникации	коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.	методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения	
4. Устная деловая коммуникация			особенности устной деловой коммуникации	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.	навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения	тест
5. Деловой имидж и деловая репутация			определения понятий «деловой имидж» и «деловая репутация»; виды имиджа и репутации.	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.	навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения	тест, учебная дискуссия
6. Невербальные средства общения			невербальные средства общения; национально коннотированные невербальные средства общения	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать	навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения	тест

				свою деятельность.		
7. Международный протокол. Международный этикет. Национальные стили ведения переговоров.			международный этикет; национальные стили ведения переговоров	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах; отслеживать информационные поводы и планировать свою деятельность.	навыками использования современных методов деловой коммуникации, навыками межкультурного общения	опорный конспект

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ:

«отлично» – 91-100 баллов

«хорошо» – 81-90 баллов

«удовлетворительно» – 61-80 баллов

«неудовлетворительно» – 60 баллов и менее

Контрольные задания

Вариант 1.

Задание 1. (2 минуты). Речевая коммуникация – это:

- А) общение людей, понимаемое в широком смысле слова не только как разговор, беседа, а как любое взаимодействие с целью обмена информацией (чтение, письмо и т.д.).
- Б) только устное общение
- В) деловое общение
- Г) общение в бытовой сфере

Задание 2. (2 минуты). Монолог, диалог и полилог – это тип речи по:

- А) условиям общения
- Б) количеству участников
- В) цели общения
- Г) характеру ситуации

Задание 3. (2 минуты). Прямое и опосредованное общение – это типы речи по:

- А) условиям общения
- Б) количеству участников
- В) цели общения
- Г) характеру ситуации

Задание 4. (2 минуты). Речевые тактики – это:

- А) осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения
- Б) речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации.

Задание 5. (2 минуты). Укажите вид спора, характеризующийся следующими признаками:

«Его называют высшей формой спора, самой благородной и прекрасной. Кроме несомненной пользы, такой спор доставляет настоящее наслаждение его участникам. Это и понятно: расширяются знания о предмете спора, укрепляется вера в собственные интеллектуальные возможности».

- А) спор ради спора
- Б) спор для убеждения
- В) спор для победы
- Г) спор ради истины

Задание 6. (2 минуты). Укажите вид спора, характеризующийся следующими признаками:

«Задачей спора может быть убеждение оппонента. Здесь возможны два варианта: спорящий искренне убеждает в том, о чем говорит; сам спорящий вовсе не верит в истинность того, что защищает. Такой участник спора предпочитает оппонента слабее себя и выбирает только удобные для себя аргументы».

- А) спор ради спора
- Б) спор для убеждения
- В) спор для победы
- Г) спор ради истины

Задание 7. (2 минуты). Какой способ доказательства основывается на том, что тезис обосновывается аргументами?

- А) прямое
- Б) косвенное

Задание 8. (2 минуты). Который способ доказательства основывается на следующем положении: чтобы доказать тезис, следует опровергнуть антитезис?

- А) метод исключения
- Б) метод «от противного»
- В) метод доведения до абсурда

Задание 9. (3 минуты). Люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении – это:

Задание 10. (3 минуты). В ходе какого планирования разрабатывается концепция PR-кампании?

Задание 11. Кто впервые начал вести практическую работу в области PR?

Задание 12. (3 минуты). Краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании это:

Задание 13. (3 минуты). Какая организация статус официального консультанта ООН по проблеме стратегических коммуникаций в мире имеет:

Задание 14. (3 минуты). Составьте последовательность этапов PR кампании:

- 1.определение PR проблемы
- 2.планирование PR кампании
- 3.выбор общественных групп
- 4.проведение PR кампании
- 5.анализ эффективности PR кампании

Задание 15. (3 минуты). СМИ как источник и канал политической коммуникации классифицируются как целевая аудитория какого типа?

Задание 16. (3 минуты). К какому типу публицистики относятся исследовательско-новостные тексты?

Задание 17. (3 минуты). В каком городе в июне 1997 года были приняты и разработаны минимальные стандарты качества (МСК) Международным институтом качества связей с общественностью?

Задание 18. (3 минуты). Краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании – это:

Задание 19. (3 минуты). Что лежит в основе событийного PR?

Задание 20. (3 минуты). Что является стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией?

Задание 21. (3 минуты). Какой элемент PR, относящийся к образу, носит стереотипный характер?

Задание 22. (3 минуты). Какой орган имеет право аннулировать результаты выборов, т.е. признать их недействительными

Задание 23. (3 минуты). Какой совет занимается проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство»?

Задание 24. (3 минуты). Какая деятельность направлена на максимально эффективную реализацию интересов корпорации во внутренней и внешней среде, по отношению к реальным и потенциальным партнерам, а также конкурентам?

Задание 25. (3 минуты). Название, термин, символ или дизайн (либо комбинация всех этих понятий), обозначающие определенный вид товара или услуги отдельно взятого производителя (либо группы производителей) и выделяющие его среди товаров и услуг других производителей – это:

Задание 26. (3 минуты). Краткое выражение функции, которую организация или проект пытаются

выполнить в обществе – это:

Задание 27. (3 минуты). Сообщение для СМИ, содержащее информацию, потенциально интересную для широкой аудитории – это:

Задание 28. (3 минуты). Информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией: о профиле деятельности, планах, истории организации; изложение содержания документов, описание товаров и услуг; статистические данные и т.д. – это:

Задание 29. (3 минуты). Краткая форма пресс-конференции – это:

Задание 30. (3 минуты). Специально организованный выезд заранее отобранной группы журналистов для знакомства и получения информации об объекте, о событии – это:

Вариант 2.

Задание 1. (2 минуты). Информирование, убеждение и развлечение – это типы речи по:

- А) условиям общения
- Б) количеству участников
- В) цели общения
- Г) характеру ситуации

Задание 2. (2 минуты). Деловое и бытовое общение – это типы речи по:

- А) условиям общения
- Б) количеству участников
- В) цели общения
- Г) характеру ситуации

Задание 3. (2 минуты). Речевые стратегии – это:

- А) осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения
- Б) речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации.

Задание 4. (2 минуты). Укажите вид спора, характеризующийся следующими признаками:

«Полемисты не ставят своей задачей приблизиться к истине или убедить противника. Их цель – убедить оппонента любыми методами. Главный принцип участников такого спора – «победителей не судят», поэтому спорящие прибегают к эффектным, но недостойным способом воздействия на противника».

- А) спор ради спора
- Б) спор для убеждения
- В) спор для победы
- Г) спор ради истины

Задание 5. (2 минуты). Укажите вид спора, характеризующийся следующими признаками:

«Для таких спорщиков безразлично, о чем спорить, с кем спорить. Им важно блеснуть красноречием».

- А) спор ради спора
- Б) спор для убеждения
- В) спор для победы
- Г) спор ради истины

Задание 6. (2 минуты). Который способ доказательства основывается на следующем положении: истинность тезиса доказывается с помощью выявления ложности всех возможных альтернатив, кроме одной – тезиса?

- А) метод исключения
- Б) метод «от противного»

В) метод доведения до абсурда

Задание 7. (2 минуты). Который способ доказательства основывается на следующем положении: если допустить, что верен антитезис, получается абсурд?

А) метод исключения

Б) метод «от противного»

В) метод доведения до абсурда

Задание 8. (2 минуты). Можно ли, по этикету, идти без чулок на официальное мероприятие?

а) да, всегда;

б) да, когда жарко;

в) да, когда ноги загорелые;

г) нет, никогда.

Задание 9. (3 минуты). Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

Задание 10. (3 минуты). Кто впервые официально использовал термин "Паблик Рилейшнз"?

Задание 11. (3 минуты). Особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью – это

Задание 12. (3 минуты). Какой аспект PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"?

Задание 13. (3 минуты). Комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы – это

Задание 14. (3 минуты). Укажите правильную последовательность этапов исследования:

1. определение цели исследования

2. разработка программы исследований

3. сбор информации

4. анализ информации

5. формулировка выводов

Задание 15. (3 минуты). Комплексный процесс подготовки к выборам

Задание 16. (3 минуты). Кто является основной целевой аудиторией для избирательной компании руководителя предприятия?

Задание 17. (3 минуты). Какой тип пиара занимается информированием общественности по вопросам изменения законодательства?

Задание 18. (3 минуты). Для кого прежде всего должен быть привлекательным и интересным информационный повод пресс-конференции?

Задание 19. (3 минуты). Совокупность мнений индивидов относительно общей проблемы, затрагивающей интересы какой-либо группы людей - это:

Задание 20. (3 минуты). Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния – это:

Задание 21. (3 минуты). Какой тип PR используется для целенаправленного распространения негативной информации в СМИ?

Задание 22. (3 минуты). Как называется прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам?

Задание 23. (3 минуты). Кто является главным субъектом (актором) избирательной кампании?

Задание 24. (3 минуты). Совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью Лоббирование – это:

Задание 25. (3 минуты). Какое профессиональное объединение ежегодно вручает Премию «за лучший вклад в улучшение взаимопонимания в мире»?

Задание 26. (3 минуты). Лозунг или девиз, отражающий направления деятельности корпорации, качество ее товаров и услуг в прямой, иносказательной или абстрактной форме – это:

Задание 27. (3 минуты). Набор, комплект, пакет для СМИ – это:

Задание 28. (3 минуты). Приложение к заявлению, обосновывающее его содержание; в торговле и маркетинге — письмо с напоминанием о чем-либо.

Задание 29. (3 минуты). Разновидность телеинтервью с большим числом интервьюеров, задающих вопросы одному или нескольким хорошо осведомлённым в какой-то области лицам – это:

Задание 30. (3 минуты). Специально организуемое собрание журналистов с представителями субъекта PR, а также сопутствующих структур, посвященное обмену мнениями по общей для всех приглашенных сторон проблеме, явлению, событию – это:

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний (ключи)

	Вариант 1	Вариант 2
1	А	В
2	Б	Г
3	А	Б
4	А	Б
5	Г	А
6	Б	А
7	А	В
8	Б	Г
9	ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ	ИНФОРМАЦИЯ
10	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ	ТОМАС ДЖЕФФЕРСОН
11	АЙВИ ЛИ	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
12	БРИФ	ЭТИЧЕСКИЙ
13	IPRA	PR-КАМПАНИЯ
14	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5
15	ВТОРИЧНАЯ	ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ
16	АНАЛИТИЧЕСКАЯ	АКЦИОНЕРЫ
17	ХЕЛЬСИНКИ	ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
18	ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА	ЖУРНАЛИСТЫ
19	СЕНСАЦИЯ	ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ
20	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
21	ИМИДЖ	ЧЕРНЫЙ PR
22	СУДЕБНЫЙ	ДИРЕКТ-МЭЙЛ
23	ЭКСПЕРТНЫЙ	КАНДИДАТ
24	КОРПОРАТИВНАЯ	ЛОББИРОВАНИЕ
25	БРЭНД	IPRA
26	МИССИЯ	СЛОГАН
27	ПРЕСС-РЕЛИЗ	МЕДИА-КИТ

28	БЭКГРАУНДЕР	МЕМОРАНДУМ
29	БРИФИНГ	ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ
30	ПРЕСС-ТУР	КРУГЛЫЙ СТОЛ