

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии  
Кафедра социологии и социальных технологий



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине

«Социологическое обеспечение связей с общественностью»  
39.04.01 Социология  
«Социология организаций и управления»

Разработчики:  
профессор Н.С. Звонок (подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и социальных технологий

от « 18 » 01 2015 г., протокол № 13 -

Заведующий кафедрой Яковенко А. В. (подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине  
«Социологическое обеспечение связей с общественностью»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

1. Выберите один правильный ответ.

Смысл учения Аристотеля о риторике:

- А) возможность каждого влиять на отношения, добиваться изменений первоначальных представлений о ком или чем-либо
- Б) способ заниматься прикладной наукой
- В) находить способы убеждения по каждому конкретному предмету
- Г) нет правильного ответа

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Выберите один правильный ответ.

Кто впервые официально употребил выражение «паблик рилейшнз»?

- А) Т. Джейферсон
- Б) С. Блэк
- В) А. Линкольн
- Г) С. Адамс

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Выберите один правильный ответ.

В каком году был принят Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью?

- А) 1996 г.
- Б) 2001 г.
- В) 1999 г.
- Г) 1992 г.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

4. Выберите один правильный ответ.

Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики, ее стратегии и тактики?

- А) контрольно-ревизионная
- Б) консультативно-методическая
- В) организационно-технологическая
- Г) аналитико-прогностическая

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

5. Выберите один правильный ответ.

В каком году была создана Международная ассоциация служб связей с общественностью?

- А) 1990 г.
- Б) 1994 г.
- В) 1955 г.
- Г) 1997 г.

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

6. Выберите один правильный ответ.

Какая функция ПР предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, различных программ и компаний ПР?

- А) организационно-технологическая
- Б) консультативно-методическая
- В) информационно-консультативная
- Г) аналитико-прогностическая

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

7. Выберите один правильный ответ.

Конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков – это:

- А) целевая аудитория
- Б) внутренняя общественность
- В) собственная общественность
- Г) внешняя общественность

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

8. Выберите один правильный ответ.

Необходимый элемент ПР-обращения?

- А) правдивость
- Б) ясность
- В) повествование от первого лица
- Г) каналы передачи информации

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

## **Задания закрытого типа на установление соответствия**

1. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Наименование функций связей с общественностью	Характеристика функций
1) Аналитически-прогностическая функция	A) организация взаимопонимания и доверия в вопросах определения и понимания истинных интересов организации и общественной среды, а также достигнуть компромисса в их реализации
2) Организационно-технологическая функция	Б) способствование организации взаимодействия с общественностью и проведению PR-кампаний, акций, выставок и т. д. Обеспечивает постоянное взаимодействие с социальными группами в интересах субъектов PR-взаимодействия
3) Управленческая функция	В) изучение различных групп общественности, анализ ситуации при разработке PR-мероприятий, мониторинг внешней и внутренней среды компании и информационного поля
4) Информационно-коммуникативная функция	Г) проведение консультационной деятельности и методологических работ по осуществлению и поддержке взаимоотношений субъекта PR-взаимодействия и общественности
5) Консультативно-методическая функция	Д) формирование и поддержание конструктивного климата в общественной среде, соблюдения этикета и морали; обеспечение создания и тиражирования информации, необходимой PR-коммуникаторам Е) защита интересов, как организации, так и

общественности, реализующаяся путём доведения до публичного пространства аргументов, способных ограничить возможности преследования отдельных лиц или компаний

Правильный ответ:

1

В

2

Б

3

А

4

Д

5

Г

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Хронологические рамки

1) 1988-1991 гг.

2) 1991-1995 гг.

3) С 1996 г.

Характеристика этапов

- A) этап роста и становления PR. PR -агентства стали проводить масштабные мероприятия и PR -кампании.
- B) зарождение PR -рынка, в государственных структурах организовывались соответствующие службы; при администрации Президента РФ появилось Управление по связям с общественностью, а в МВД России – центр общественных связей
- B) качественный скачок в развитии PR. Быстро формирующийся рынок информации

Правильный ответ:

1

Б

2

А

3

В

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Наименование понятия

1) Целевая аудитория

2) Имидж

Определение термина

- A) комплекс представлений об организации, формирующийся в сознании общественности
- B) заранее спланированная и организованная деятельность по формированию и поддержанию

- |                |    |   |
|----------------|----|---|
| 3) Репутация   | B) | благоприятного отношения к организации  |
| 4) PR-кампания | Г) | совокупность лиц, на которых направлена PR-деятельность                                       |
|                |    | эмоционально-оценочное отношение к организации, основанное на ее прошлом опыте и деятельности |

Правильный ответ:

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| В | А | Г | Б |

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

4. Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Мероприятие связей с общественностью

Характеристика мероприятий

- |                      |    |   |
|----------------------|----|---|
| 1) Пресс-конференция | A) | встреча официальных лиц с представителями средств массовой информации, на которой излагается официальная позиция, делается короткое информационное сообщение по какой-либо проблеме |
| 2) Брифинг           | Б) | специально подготовленные встречи представителей организаций или отдельных персоналий со СМИ, цель которых заключается в передаче информации «от первоисточника»                    |
| 3) Круглый стол      | В) | мероприятие проблемного характера, на котором в ходе моделируемой дискуссии обсуждается та или иная тема  |
| 4) Презентация       | Д) | официальные мероприятия, устраиваемые с рекламно-коммерческой целью для определённого круга лиц, в рамках которых происходит представление нового проекта                           |

Правильный ответ:

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Б | А | В | Д |

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

**Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

1. Установите правильную последовательность обеспечение этапов организации обеспечения связей с общественностью. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

- А) оценка результатов
- Б) планирование и подготовка
- В) исследование и аналитика
- Г) реализация PR-программы

Правильный ответ: В, Б, Г, А

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Установите в хронологическом порядке этапы анализа ситуации в PR. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

- А) определение сильных и слабых сторон организации (SWOT-анализ)
- Б) изучение целевых аудиторий
- В) анализ конкурентов
- Г) общая цель программы действия
- Д) определение проблем и возможностей

Правильный ответ: Б, В, А, Д

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Установите правильную последовательность структурных элементов паблик рилейшнз. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

- А) исследование и оценка
- Б) анализ проблемы
- В) разработка программы
- Г) общение

Правильный ответ: Б, В, Г, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2)

4. Установите правильную последовательность этапов презентации. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

- А) выступление гостей
- Б) краткие сообщения представителей фирмы
- В) ответы на вопросы приглашённых
- Г) показ видеофильма
- Д) представление руководителей фирмы приглашённым

Правильный ответ: Д, Г, Б, В, А

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

## **Задания открытого типа**

### **Задания открытого типа на дополнение**

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

\_\_\_\_\_ функция связей с общественностью включает изучение партнёров, анализ конкретных ситуаций, оценку общественного мнения, настроений и реакций населения, подготовку массива аналитических данных для принятия эффективных решений.

Правильный ответ: Аналитико-прогностическая / аналитическая / прогностическая.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

\_\_\_\_\_ – метод исследования в области общественных наук, предметом анализа которого является содержание текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции.

Правильный ответ: Контент-анализ.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Первым этапом социологического обеспечения PR является \_\_\_\_\_ общественного мнения и целевых аудиторий.

Правильный ответ: изучение / анализ / исследование.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Пресс-конференция – это встреча \_\_\_\_\_ с представителями государственных учреждений, общественно-политических организаций, коммерческих структур, имеющая целью предоставление СМИ фактографической, проблемной и комментирующей информации.

Правильный ответ: журналисты / журналистов.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

## **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Социологическое обеспечение связей с общественностью предполагает использование социологических методов для исследования эффективности \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: PR-кампаний.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Короткое оперативное выступление уполномоченного лица перед журналистами по свежим следам значимых событий – это (термин) \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: брифинг.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей информации с выделением специфических признаков называется \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: целевая аудитория.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

В кризисных ситуациях социологические исследования помогают оценить уровень доверия к организации и выявить факторы, влияющие на \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: общественное мнение.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

1. Назовите и опишите социологические методы, которые используются для анализа целевой аудитории в PR-деятельности.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат: для анализа целевой аудитории в PR-деятельности используются следующие социологические методы: опрос – получение количественных данных о демографических характеристиках, отношении к бренду, осведомленности о компании, предпочтениях в СМИ, мотивах потребления, интересах и ценностях целевой аудитории; фокус-группы – глубинные интервью с небольшими группами представителей целевой аудитории, организованные для обсуждения конкретных вопросов или тем под руководством модератора; контент-анализ – систематический анализ содержания текстов, изображений, видео, публикаций в социальных сетях, СМИ и других источниках информации, относящихся к компании, бренду, продукту или целевой аудитории; наблюдение – систематическое наблюдение за поведением потребителей, клиентов или представителей целевой аудитории в естественной среде.

Критерии оценивания: наличие в ответе минимум двух социологических методов.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

2. Перечислите ключевые функции связей с общественностью.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат: аналитически-прогностическая, организационно-технологическая, управленческая, информационно-коммуникативная, консультативно-методическая.

Критерии оценивания: наличие в ответе минимум двух функций связей с общественностью.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

3. Перечислите основные технологии связей с общественностью.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат: технологии связей с общественностью – это совокупность методов, приёмов и средств, используемых PR-специалистами для достижения желаемого результата. Они постоянно развиваются и адаптируются к новым условиям, особенно с появлением цифровых технологий. Отметим некоторые из них: коммуникативные технологии, технологии управления репутацией, цифровые технологии ПР, технологии аналитики и оценки эффективности и др.

Критерии оценивания: наличие в ответе минимум двух технологий связей с общественностью.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

4. Перечислите основные этапы при создании плана PR-кампании.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат: основные этапы создания плана: постановка целей и задач, определение целевой аудитории, формирование содержания, выбор инструментов, составление бюджета, составление плана PR-кампании, проведение PR-кампании, оценка эффективности.

Критерии оценивания: наличие в ответе минимум двух этапов создания плана связей с общественностью.

Компетенции (индикаторы): УК-4 (УК-4.2), УК-5 (УК-5.1)

## Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Социологическое обеспечение связей с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 39.04.01 Социология.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки магистров, обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической  
комиссии института философии

Пидченко С.А.

## Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)