

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

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор

« 13 » марта 2025 года



Скляр П. П.

(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«PR в издательском деле»
42.03.03 Издательское дело
«Редакционно-издательская деятельность»

Разработчик:
профессор _____ Даренский В. Ю.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры журналистики
от « 05 » марта 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ Фесенко Ю. П.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«PR в издательском деле»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Что является основой успешности PR-технологий в издательском деле?

- А) Профессионально-творческая практика;
- Б) Рекламная деятельность издательства;
- В) Маркетинговые исследования издательского рынка.

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Выберите один правильный ответ.

Что является основной повышения эффективности PR-технологий в издательском деле?

- А) Качество изготовления изданий;
- Б) Востребованность тематики изданий;
- В) Количество изданий.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Выберите один правильный ответ.

Что является критерием эффективности PR-технологий в издательском деле?

- А) Выбор изданий;
- Б) Эффективность продвижения изданий;
- В) Качество контента изданий.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

*1. Установите соответствие между понятиями и их определениями.
Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент
правого столбца.*

Понятия

Определения

1) Продвижение

А) экономическая отрасль, специализирующаяся на создании, публикации и глобальном распространении сведений в печатной, музыкальной и других продукциях.

- | | |
|-----------------------------|--|
| 2) Пиар в издательском деле | Б) мероприятия, нацеленные на повышение эффективности продажи с помощью коммуникативного воздействия сотрудников, партнеров и покупателей. |
| 3) Издатель | В) компания, выступающая посредником между автором и заказчиком. |

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) Издательский процесс	А) использование текста как основы для создания контента в других индустриях.
2) Кросс-медийность	Б) поиски рукописей и их авторов, покупка прав автора, подготовка подачи информации к печати.
3) Self-publishing	В) самостоятельные авторские публикации на интернет-платформах.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Установите соответствие между эпохами развития литературы и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения изучения
1) Книжные сети	А) способность правильно понимать, мобилизовывать и управлять всеми функциями стратегического и политического планирования и всеми навыками в области Public Relashions.
2) Диджитализация	Б) один из маркетинговых инструментов.
3) Проблемный менеджмент	В) стратегическая задача книжного бизнеса сегодня – преобразование продажи продуктов (книг) в продажу услуг (сервисов).

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность развития пиар-технологий в издательском деле нужном порядке. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) цифровой период;
- Б) журнальный период;
- В) рекламный период;
- Г) устный период.

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Установите правильную последовательность мероприятий пиар-технологий в издательском деле. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) План выпуска издательства;
- Б) Изучение книжного рынка и определение конкурентоспособности планируемых изданий;
- В) Мониторинг книжного рынка;
- Г) Оценка конкурентоспособности издательского портфеля.

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Установите правильную последовательность работы с пиар-технологиями в издательском деле. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Разработка пиар-акций;
- Б) Разработка пиар-стратегии;
- В) Разработка пиар-плана;
- Г) Актуализация пиар-плана.

Правильный ответ:

Б	В	А	Г
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово.

Применение пиар-технологий является важнейшим _____ построения сильного бренда.

Правильный ответ: компонентом.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Напишите пропущенное слово.

Продвижение преследует двойную цель: _____ спроса потребителя, поддержание благоприятного отношения к компании.

Правильный ответ: увеличение.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Напишите пропущенное слово.

Современная аудитория в целом _____ структуру чтения, предпочитая находить и читать книжные новинки и классику в интернете.

Правильный ответ: изменила.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Напишите пропущенное слово.

В PR-деятельности издательского бизнеса ключевое _____ занимает встреча автора с читателями на ярмарках и выставках

Правильный ответ: место.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Напишите пропущенные слова.

На _____ издательское дело основывается на посредничестве между создателем и издательством.

Правильный ответ: практике.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Напишите пропущенное слово.

Основные _____, которые служат информационным поводом для журналистов – это презентация новой книги автором, организация выставки, ярмарки или фестиваля, открытие библиотеки, театральные постановки или экранизация книги.

Правильный ответ: мероприятия.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

Назовите основные функции издательских портфелей.

Время выполнения – 5 мин.

Критерии оценивания: наличие в ответе 2-3 различных функций издательских портфелей.

Для достижения издательских целей (финансовых, культурных, социальных и др.) высококачественный продукт не является достаточным, также нужно достичь правильного позиционирования фирмы, сформировать устойчивый бренд организации. Применение пиар технологий является важнейшим компонентом построения сильного бренда. Продвижение – это мероприятия, нацеленные на повышение эффективности продажи с помощью коммуникативного воздействия сотрудников, партнеров и покупателей. Продвижение преследует двойную цель: активацию спроса потребителя, поддержание благоприятного отношения к компании. В PR-деятельности издательского бизнеса ключевое место занимает встреча автора с читателями на ярмарках и выставках. На них происходит как непосредственное общение читателей между собой, так и встречи читателей с авторами, представляющими свои новые книги. Успешность публичных рилейшнз в издательском бизнесе зависит от таких составляющих, как наличие компетентных критиков и рецензентов, основной работой которых является информировать публику о том или ином издании, бюджеты на продвижение в издательской деятельности, удачное размещение и распространение рекламы, которая не раздражает потребителя, взаимодействие с журналистами различных СМИ.

Критерии оценивания: наличие в ответе конкретных примеров.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

2. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

В чем суть издательского дела как сферы деятельности?

Время выполнения – 5 мин.

Критерии оценивания: полное содержательное соответствие приведенному ниже пояснению:

Издательское дело – экономическая отрасль, специализирующаяся на создании, публикации и глобальном распространении сведений в печатной, музыкальной и других продукциях. С самого начала издательский бизнес был объединен с печатанием и распространением книжек, журналов, листовок, печатных изданий, брошюр и визитных карточек. В традиционное издательское дело входит: поиски рукописей и создателей, покупка прав автора, подготовка подачи информации к печати (редактирование, коррекция, спец оформление), печать, а также маркетинг и распространение. На практике издательское дело основывается на посредничестве между создателем и издательством. Издатель – компания, выступающая посредником между автором и заказчиком. Издательства можно разделить на группы в зависимости от того что выпускают: книги, газеты, журналы, онлайн и т.д. Современные возможности PR и рекламы помогают установить связь с равнодушным читателем, уже вовлеченным в процесс общения с книгой и привлечении новой аудитории, подъеме читательского спроса. Для успешной деятельности по продвижению продукта книжному рынку необходимо знать как стабильные инструменты рекламы и PR, так и все новинки, создавать креативные подходы.

Критерии оценивания: наличие в ответе конкретных примеров.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

3. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

Каковы современные тенденции развития издательского дела?

Время выполнения – 5 мин.

Критерии оценивания: полное содержательное соответствие приведенному ниже пояснению:

С выходом в свет цифровых систем и Интернета, масштабы издательского бизнеса увеличились, масштабы включают электронные ресурсы: электронные книжки и постоянных изданий, а также интернет-сайты, форумы, справочники на электронных носителях, аудио, диски, кассеты, компьютерные развлечения. Современная аудитория в целом изменила структуру чтения, предпочитая находить и читать книжные новинки и классику в интернете. В PR-деятельности издательского бизнеса ключевое место занимает встреча автора с читателями на ярмарках и выставках. На них происходит как непосредственное общение читателей между собой, так и встречи читателей с авторами, представляющими свои новые книги. На таких мероприятиях присутствуют и представители СМИ, и популярные блогеры, задача которых – осветить мероприятие и повысить популярность издательского дома и автора. Таким образом, издательства активно используют одну из самых популярных форм коммуникации – социальные сети. Основные мероприятия, которые служат информационным поводом для журналистов – это презентация новой книги автором, организация выставки, ярмарки или фестиваля, открытие библиотеки, театральные постановки или экранизация книги. Много внимания в издательской деятельности уделяется наружной рекламе и рекламе в СМИ, используется также реклама в интерьере и реклама на транспорте.

Критерии оценивания: наличие в ответе конкретных примеров.

Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3)

Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «PR в издательском деле» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

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

Разработанные и представленные для экспертизы оценочные материалы рекомендуются к использованию в процессе подготовки 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)