

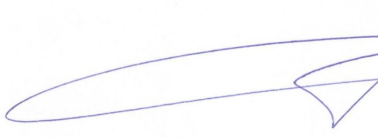
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
философии

 П.Н. Скляр
« » 2025г.



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 «30»
01 20 25 г., протокол № 4

Заведующий кафедрой  Фесенко Ю. П.
(подпись)

Луганск 2025 г.

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

1. 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 основой 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.

Ожидаемый результат: 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 паблик 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.

Ожидаемый результат: 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, подъёме 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.

Ожидаемый результат: 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.

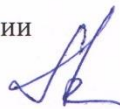
Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

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.