


Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра русского языка и культуры речи

УТВЕРЖДАЮ:
Директор
института философии
П. П. Скляр
(подпись) _____
» 04 2023 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«PR В МЕДИАСФЕРЕ»

по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

профиль 42.03.05.01 Общий

Разработчик:
старший преподаватель _____ Панкова Н. А.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка и культуры речи «17» 04 2023 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой _____ Нередкова С.С.
(подпись)

Луганск 2023 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«PR в медиасфере»**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-3	способен осуществлять координацию деятельности технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе работы над творческими проектами, в том числе посредством создания необходимых технических требований	Тема 1. Теоретические основы публичных отношений.	8
			Тема 2. Публичные отношения в системе социальных отношений.	8
			Тема 3. Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	8
			Тема 4. Организация PR-деятельности.	8
			Тема 6. Публичные отношения – технология коммуникационного обеспечения управления.	8
			Тема 7. Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	8
			Тема 8. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	8
			Тема 9. Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	8

			Тема 10. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	8
			Тема 11. Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	8

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-3	<p>Зн а н и е: основ организации взаимодействия с внешними организациями и учреждениями, гражданами; практики политических коммуникаций PR и политического консультирования в процессе принятия государственно-административных и политических решений;</p> <p>У м е н и е: организовывать коммуникации; обеспечивать связи с общественностью соответствующих органов и организаций; организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами управления персоналом; управлять коммуникационными потоками в сфере взаимодействия с общественностью;</p> <p>В л а д е н и е н а в ы к а м и: навыками коммуникациями и организации</p>	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 11.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины; тестовые задания

		взаимодействия с внешними организациями; приобрести навыки анализа применения коммуникативных технологий и стратегии административно- политических связей с общественностью.		
--	--	--	--	--

Фонды оценочных средств по дисциплине «PR в медиасфере»

Контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины

1. Public Relations: основные понятия и определения.
2. Сущность и содержание публичных отношений.
3. Государство и PR.
4. Пять основных целей и составляющие PR.
5. Основные направления деятельности по связям с общественностью.
6. Принципы и функции публичных отношений.
7. Методы и инструменты публичных отношений.
8. Внутренние и внешние публичных отношений.
9. Публичные отношения как теория «общественных отношений» в современном обществе.
10. Базовые PR-документы.
11. Концепции PR.
12. Рынок услуг PR.
13. Международные профессиональные кодексы и стандарты. Профессиональная деятельность специалистов PR.
14. Корпоративная социальная ответственность.
15. Фандрайзинг.
16. Правовые основы PR-деятельности.
17. PR и другие дисциплины.
18. Развитие общественных отношений.
19. Предпосылки возникновения публичных отношений, его основные цели, функции, сферы функционирования и роль в современном мире.
20. Создание «положительного образа».
21. Public Relations как функция менеджмента.
22. Менеджмент PR.
23. Структура PR-концепции.
24. Планирование PR-деятельности. Перспективное и оперативное планирование PR.
25. Самостоятельные PR-организации.

26. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.
27. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.
28. Обзор механизмов функционирования PR в процессе управления организацией.
29. Принципы эффективного менеджмента PR в решении стратегических задач развития организации.
30. Организационно-управленческие аспекты профессиональной деятельности в сфере публичных отношений.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Контрольные вопросы»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Ответ на вопрос представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Ответ на вопрос представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Ответ на вопрос представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Ответ на вопрос представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тесты

1. **Что является основной целью PR в медиасфере?**
 - а) увеличение продаж товаров и услуг
 - б) формирование и поддержание положительного имиджа организации в СМИ и обществе
 - в) размещение рекламы в медиа
 - г) прямое убеждение потребителей купить продукт
2. **Какой инструмент PR наиболее эффективен для оперативного реагирования на негативные публикации в СМИ?**
 - а) пресс-релиз
 - б) организация пресс-конференции
 - в) подготовка и распространение заявления для СМИ
 - г) Email-рассылка
3. **Что такое «нюсджекинг» в контексте PR в медиасфере?**
 - а) незаконное получение доступа к конфиденциальной информации
 - б) использование новостного повода для продвижения бренда или компании

- в) создание фейковых новостей
- г) мониторинг упоминаний бренда в социальных сетях

4. Какой из перечисленных каналов коммуникации наиболее эффективен для установления личных контактов с журналистами?

- а) Email-рассылка пресс-релизов
- б) организация пресс-туров
- в) активное ведение корпоративного блога
- г) размещение рекламы в газетах

5. Что подразумевается под “медиа-китом” в PR?

- а) комплект оборудования для съемки видеороликов
- б) набор информационных материалов о компании, предназначенный для журналистов
- в) список контактов СМИ
- г) стратегия продвижения компании в социальных сетях

6. Какой этический принцип должен соблюдаться PR-специалистом при работе со СМИ?

- а) предоставление журналистам подарков и скидок
- б) скрывание негативной информации о компании
- в) предоставление достоверной и объективной информации
- г) оплата позитивных публикаций

7. Что такое “кризисный PR”?

- а) PR-кампания, направленная на увеличение продаж в период экономического кризиса
- б) комплекс мер по управлению репутацией компании в условиях кризисной ситуации
- в) PR-стратегия, рассчитанная на краткосрочный период
- г) организация благотворительных акций

8. Какой показатель является ключевым для оценки эффективности PR-кампании в СМИ?

- а) количество опубликованных пресс-релизов
- б) общий охват аудитории, увидевшей публикации о компании
- в) стоимость рекламных материалов
- г) количество лайков и репостов в социальных сетях

9. Что такое “бренд-журналистика”?

- а) создание новостей о компании, неотличимых от журналистских материалов
- б) размещение рекламных статей в СМИ под видом журналистских материалов
- в) создание и распространение контента, интересного аудитории, от лица бренда
- г) критика деятельности конкурентов в СМИ

10. Какой из этих навыков наиболее важен для PR-специалиста, работающего в сфере медиа?

- а) знание иностранных языков
- б) умение писать тексты, адаптированные для разных медиа-каналов

- в) умение программировать
- г) знание математической статистики

Ключ к ответам:

1-б, 2-в, 3-б, 4-б, 5-б, 6-в, 7-б, 8-б, 9-в, 10-б.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

Теоретические вопросы

1. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.
2. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
3. Медиарилейшнз.
4. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations).
5. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации.
6. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
7. Управление средствами массовой информации и информацией.
8. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
9. Новость: предыстория, развернутая картина события, реакция на событие, косвенный контекст смыслового позиционирования новости.
10. Этапы, логика и механизмы управления информацией.
11. Формирование собственного информационного потока.
12. Приемы создания и усиления новостей.
13. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства.
14. Этика отношений.

15. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста.
16. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг).
17. Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ.
18. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой: пресс-служба, пресс-секретарь, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб.
19. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия).
20. Интервью: очное, заочное, виртуальное.
21. Брифинг.
22. Пресс-конференция.
23. Виртуальная пресс-конференция в интернете.
24. Видеоконференции и телемосты.
25. Совместные конференции и семинары со СМИ.
26. Тематический образовательный семинар.
27. Презентация.
28. Пресс-тур.
29. Пресс-клуб и пресс-пул.
30. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу.
31. Связи со средствами массовой коммуникации (методика использования в избирательной кампании): работа со средствами информации, контрольный список средств информации, подход к работникам средств информации, радио- и телевизионные интервью, интервью для печатных органов.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «Зачет»

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или	

письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Лист изменений и дополнений

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

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «PR в медиасфере»* соответствует требованиям ФГОС ВО. Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося 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 бакалавров по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии института философии



С. А. Пидченко