

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций


О.С. Перетятая
« 12 » декабря 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Организация работы пресс-служб

По направлению подготовки 42.03.02 Журналистика


Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО - 3 курс (5 семестр), ЗФО – 3 курс (7 триместр)

Разработчик
канд. филол. наук, доц.
Гамина Т.С.

Заведующего кафедрой
журналистики и издательского дела


Е.А. Куянцева
« 11 » сентября 2024 г., протокол № 5

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Информационные изменения в условиях глобализации и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524.

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов ОПК 4.3. имеет навыки проводить дискуссии, спор, умеет противостоять влиянию ложных медиапотоков, учитывая запросы общества; обладает достаточным уровнем медиаграмотности

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
История создания и становления пресс-служб, их общая характеристика	ОПК-4,	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Структура и принципы организации пресс-служб	ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Пресс-секретарь как организатор эффективных медиарелейшнз	ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Информационные источники планирования работы пресс-служб	ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой	ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Мероприятия пресс-службы со СМИ	ОПК-4	Устный опрос. Написание и защита реферата.
Жанры пресс-текстов. Принципы организации и проведения пресс-конференций	ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.

Промежуточная аттестация	ОПК-4	Зачет
--------------------------	-------	-------

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Знает: современные запросы общества; основы поиска достоверной информации в социальных сетях.</p> <p>Умеет: применять на практике полученные знания, с учетом запросов общества</p> <p>Владеет навыками: анализировать медиапродукты в СМИ, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Устные ответы на семинарских занятиях	10		10
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	40		40
Самостоятельная работа	20		20
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	30		30
Всего	100		

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы	

		с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

Экзамен не предусмотрен

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

1. Влияние медиатизации общественной жизни на становление пресс-служб.
2. Особенность пресс-службы в системе источников информации.
3. Виды пресс-служб.
4. Структура пресс-служб.
5. Пресс-службы в коммерческом секторе.
6. Пресс-службы в государственном секторе.
7. Принципы организации работы в пресс-службе.
8. Профессиональные требования к работнику пресс-служб.
9. Пресс-секретарь как лицо компании.
10. Должность пресс-секретаря в информационной безопасности организации.
11. Пресс-секретарь и журналистская среда.
12. Особенности управления информацией в СМИ.

13. Аккредитация журналистов в работе пресс-служб.
14. Работа с источниками информации. Подготовка информационных материалов для СМИ.
15. Реляционные материалы для СМИ: имиджевая статья, история успеха и др.
16. Специфика организация специальных мероприятий для журналистов.
17. Виды планирования работы пресс-служб: долгосрочное, краткосрочное, среднесрочное, календарное и программно-целевое.
18. Планирование информационных потоков.
19. Оперативное реагирование на кризисные ситуации пресс-служб.
20. «Заказуха» и информационное партнерство.
21. PR-тексты,готавливаемые пресс-службой: пресс-релиз, приглашение, бэкграундер, история успеха, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит.
22. Имиджевая фотография (задачи, подходы, методы и техническое обеспечение исполнения).
23. Критерии отбора фото- и видеоматериала для наиболее выгодной подачи в СМИ.
24. Корпоративный сайт и его использование для реализации информационной политики учреждения, предприятия, фирмы.
25. Особенности подготовки материалов для информационных интернет-агентств.
26. Основные критерии классификации пресс-служб: по отраслям, по уровню управления и подчинения, по кадровому составу, по территориально-производственной принадлежности и др.
27. Пресс-рейтинги общественных организаций.
28. Пресс-службы творческих, культурных союзов, профессиональных организаций.
29. Пресс-службы спортивных организаций.
30. Аккредитация журналистов как инструмент работы пресс-службы. Виды аккредитации: временная, периодическая и постоянная.
31. Особенности организации пресс-конференции.
32. Пресс-тур и его виды (локальные, региональные, страноведческие и международные).
33. Предсмотр (превью) и его типы (выставка, сооружение и т.д.).
34. Специфика организации пресс-службой круглого стола.
35. Фото-, теле- и киносессия.
36. Пресс-релизы и особенности их составления.
37. Особенности пресс-релиза на радио, телевидении, в интернете.
38. Пресс-кит (про-файл, пресс-ревью, бриф).
39. Способы упаковки и распространения пресс-текстов.
40. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
41. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих.
42. Система оповещения и приглашения журналистов
43. Подготовка и раздача информационных материалов
44. Роль пресс-секретаря в ходе пресс-конференции
45. Завершающий этап пресс-конференции
46. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия
47. Роль пресс-конференции в структуре презентаций.
48. Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе.
49. Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела.
50. Мониторинг периодических изданий.
51. Мониторинг телепередач.
52. Мониторинг радиопередач.
53. Принципы и оценка эффективности деятельности пресс-службы.

Темы для подготовки доклада

1. Влияние процессов медиатизации на работу пресс-служб.

2. Требования к работникам пресс-служб при использовании интерактивных технологий.
3. Тенденции развития пресс-служб в условиях информационного общества.
4. Вербальные и невербальные средства коммуникации в деятельности пресс-секретаря.
5. Ментальные особенности деятельности пресс-служб.
6. Пресс-службы спортивных организаций.
7. Пресс-службы волонтерских организаций.
8. Пресс-службы учреждений культуры.
10. Пресс-службы образовательных учреждений.

Требования к оформлению доклада:

- оформляется на листах формата А4;
- шрифт TimesNewRoman, кегль – 14, поля – все по 20 мм, абзацный отступ – 1,25, выравнивание – по ширине;
- на первой странице доклада в правом верхнем углу указать ФИО, курс, направление подготовки;
- обязательно указать тему доклада.

Требования к оформлению презентации:

- презентация обязательно должна содержать титульный слайд, на котором указывается название учебного заведения, название кафедры, тема и ФИО студента;
- слайды должны дополнять, а НЕ ДУБЛИРОВАТЬ доклад;
- заполнение слайда сплошным текстом НЕ ДОПУСКАЕТСЯ;
- информацию в презентации необходимо подавать в виде таблиц, схем, диаграмм, рисунков, изображений и т.п.;
- кегль должен быть не менее 30 пт;
- фон презентации – однотонный, текст презентации – читабельный.

Практические задания:

Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основных понятий. Изучение «сложных» тем следует начинать с составления логической схемы основных понятий, категорий, связей между ними. Целесообразно прибегнуть к классификации материала, в частности при изучении тем, в которых присутствует большое количество незнакомых понятий, категорий, теорий, концепций, либо насыщенных информацией типологического характера. Студенты должны составлять конспекты практических занятий, систематически готовиться к ним, вести глоссарий и быть готовы ответить на контрольные вопросы в ходе аудиторных занятий.

1. Чтение литературы согласно списку рекомендованных источников.
2. Работа в электронной образовательной среде;
3. Работа с конспектом.
4. Выписать из учебной литературы, предоставленной в списке, определение понятия пресс-служба.
5. Найти информацию о конкретной коммерческой организации, личности, событии города Луганска. Использовать исключительно открытые источники информации.

6. Исходя из обязанностей пресс-секретаря, составить список его профессиональных качеств: знания, умения, морально-нравственные качества.

7. Ознакомиться с форматом подачи материала на официальном сайте организаций и выделить общие и особенные функции пресс-службы в его оформлении: *Олимпийский комитет России*: <http://olympic.ru/>

Луганская республиканская универсальная научная библиотека им. М. Горького: <http://lib-lg.com/>

Международный комитет Красного креста: <https://www.icrc.org/ru>

8. Подготовить пресс-релиз мероприятия.
9. Промониторить корпоративные сайты коммерческих и образовательных учреждений на предмет дизайна и рубрик.
10. Подготовить событийный репортаж.
11. Подготовить биографию известного медийного лица.
12. Подготовить информационные материалы для проведения пресс-конференции по проблемам экологии города.

Задания к контрольной работе:

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Оформленный вариант контрольной работы включает в себя следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- текст контрольной работы, включающий изложение ответов на вопросы с их формулировками (примерный объем ответа на каждый вопрос составляет 0,5-1 страница).

При выполнении контрольной работы рекомендуется соблюдать следующий порядок:

1. ознакомиться с объемом и последовательностью излагаемых вопросов;
2. прочитать в рекомендуемой литературе весь необходимый материал;
3. *выполнять задания и отвечать на вопросы необходимо в той же последовательности, в которой они даны.*

Вариант 1

Задание 1. На компанию «информационно наехали» – в одну из газет / ТВ-передачу/ Интернет-портал «слили» ложную информацию. Что делать пресс-службе?

Задание 2. Опишите известные Вам виды пресс-служб

Задание 3. Из компании происходит отток топ-менеджеров, о чем шумно сообщают СМИ. Действия пресс-службы.

Вариант 2

Задание 1. Клиент обвиняет компанию в некачественно оказанных услугах. Действия пресс-службы?

Задание 2. Опишите структуру пресс-служб

Задание 3. VIP-клиент компании шумно и с треском разорился. Действия PR-дирекции?

2.1. Оценочные средства промежуточной аттестации (зачет)

1. Влияние медиатизации общественной жизни на становление пресс-служб.
2. Особенности пресс-службы в системе источников информации.
3. Виды пресс-служб.
4. История формирования пресс-служб в США.
5. История формирования пресс-служб в Великобритании.
6. История формирования пресс-служб в СССР.
7. История формирования пресс-служб в Германии.
8. Специфика работы пресс-служб в коммерческой сфере.
9. Специфика работы пресс-служб в органах власти.
10. Специфика работы пресс-служб в политической сфере.
11. Этика деятельности сотрудников пресс-служб.
12. Запрос информации в государственных органах.
13. Запрос информации в бизнес-структурах.
14. Пресс-секретарь и журналистская среда.
15. Аккредитация журналистов.
16. Роль секретаря в разработке информационной политики организации.
17. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.

18. Оперативно-новостные жанры ПР-текстов.
19. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия.
20. Фактологические жанры ПР-текстов.
21. Интернет-технологии в деятельности пресс-служб.
22. Формирование общественного мнения критическими материалами.
23. Тематические рассылки: достоинства и недостатки.
24. Пресс-секретарь как лицо компании.
25. Особенности подготовки материалов для интернет-агентств.
26. Система современных пресс-рилейшинз.
27. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ.
28. Антикризисная программа и методы реагирования на критические материалы.
29. Роль пресс-службы в информационном пространстве.
30. Квалификационные требования к работнику пресс-служб.
31. Типы кризисных ситуаций.
32. Корпоративный сайт и его использование для реализации информационной политики учреждения, предприятия, организации.
33. Порядок планирования и организации пресс-конференции.
34. Соотношение понятий пресс-центр и пресс-служба.
35. Исследовательско-новостные жанры ПР-текстов.
36. Правила отнесения информации к государственной тайне.
37. Правила отнесения информации к служебной тайне.
38. Функции работников пресс-служб.
39. Подготовка и раздача информационных материалов для проведения пресс-конференции.
40. Критерии отбора фото и видеоматериала для подачи в СМИ.
41. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
42. Должность пресс-секретаря в информационной безопасности организации.
43. Особенности управления информацией в СМИ.
44. Работа с источниками информации.
45. Подготовка информационных материалов для СМИ.
46. Виды планирования работы пресс-служб: долгосрочное, краткосрочное, среднесрочное, календарное и программно-целевое.
47. Планирование информационных потоков.
48. Оперативное реагирование на кризисные ситуации пресс-служб.
49. «Заказуха» и информационное партнерство в деятельности пресс-служб.
50. Имиджевая фотография (задачи, подходы, методы и техническое обеспечение исполнения).
51. Корпоративный сайт и его использование для реализации информационной политики учреждения, предприятия, фирмы.
52. Особенности подготовки материалов для информационных интернет-агентств.
53. Критерии отбора фото- и видеоматериала для наиболее выгодной подачи в СМИ
54. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой.
55. Соотношение понятий пресс-центр и пресс-служба.
56. Формы и методы работы пресс-служб со СМИ.
57. Информационный повод и его виды.
58. Понятие информационной политики в контексте работы пресс-служб.
59. Аккредитация журналистов в ЛНР.
60. Имиджевая статья.