

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

Перетятая О.С.

« 12 » \_\_\_\_\_ 2024 г.



Приложение к рабочей программе учебной дисциплины  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
PR-технологии в медиасреде

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело  
(уровень магистратуры)

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучение – очная

Курс – 1 (2 семестр)

Разработчик  
канд. филол. наук, доц.  
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой журналистики и  
издательского дела

Е.А. Куянцева

« 11 » \_\_\_\_\_ 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) PR-технологии в медиасреде 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 магистратура по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры – редактор средств массовой информации), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 513 (с изменениями и дополнениями).

### 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
	Общепрофессиональных
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: методику анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.2. Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов при их разностороннем освещении в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.3. Владеть: принципом беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

### 1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.	ОПК-2	Устный опрос.
Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.	ОПК-2	Устный опрос.
Коммуникационные технологии PR	ОПК-2	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Информационные PR-технологии.	ОПК-2	Устный опрос
Формирование имиджа и репутации средствами PR.	ОПК-2	Устный опрос
Текстология PR.	ОПК-2	Устный опрос
Промежуточная аттестация	ОПК-2	Экзамен

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-2	Знает: сущность паблик рилейшнз как специфического вида

	<p>информационно-коммуникационной деятельности, его отличия от журналистики; особенности и закономерности формирования общественного мнения в PR; специфику применения разнообразных технологий и инструментов PR-коммуникации в зависимости от поставленных задач и типа организации; основы антикризисного менеджмента, в том числе стратегию управления кризисами.</p> <p><b>Умеет:</b> применять принципы и технологии PR-коммуникации для достижения доверия и взаимопонимания между организацией и общественностью; разрабатывать стратегию PR-деятельности и осуществлять на практике комплексные PR-проекты, т. е. владеть навыками проектной деятельности; выстраивать гармоничную и эффективную коммуникацию между субъектом пиар и целевыми аудиториями.</p> <p><b>Владет навыками:</b> анализа технологий PR-деятельности в ее основных областях, прежде всего таких, как бизнес и политика; владеть навыками антикризисного менеджмента.</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		
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	50		
Самостоятельная работа	20		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	20		
<b>Всего</b>	<b>100</b>		

#### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная система	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	<b>А</b> – 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	<b>В</b> – 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	<b>С</b> – 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	
Удовлетво-	63–74	<b>D</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание	

нительно		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	
Удовлетво- нительно	<b>50–62</b>	<b>E</b> – 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	
Неудовлетво- нительно	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – 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	
Неудовлетво- нительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – 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	Не зачтено

## 1.7. Образец оформления билета для экзамена

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

2024/2025 учебный год

кафедра журналистики и издательского дела  
экзамен (устный/письменный) по дисциплине «Пиар-технологии в медиасреде»  
Код/названия направлений подготовки 42.04.03 «Издательское дело»

**ОФО**

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. ....
2. ....
3. ...

Утверждено на заседании кафедры журналистики и издательского дела,  
протокол № \_\_\_\_ 2024 г., протокол № \_\_\_\_.

Заведующий кафедрой журналистики и издательского дела \_\_\_\_\_ Е.А. Куянцева

Экзаменатор \_\_\_\_\_ Е.А. Куянцева

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 2.1. Оценочные средства текущего контроля ( типовые)

#### Вопросы для устного опроса

Тема 1. Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.

Связи с общественностью в контексте массовых коммуникаций. Управление корпоративными коммуникациями. Связи с общественностью в структуре медиаотношений.

Тема 2. Сущность и специфика современных публичных отношений.

Системообразующие и системные факторы формирования связей с общественностью. Взаимодействие корпоративными коммуникациями. Синергетика коммуникативных процессов в связях с общественностью.

Тема 3. Коммуникационные технологии PR.

Технологии пиар в политической сфере: работа над имиджем избирающегося и избранного лидера. Работа в условиях кризиса. Специфика кризисных связей с общественностью.

Тема 4. Информационные PR-технологии.

Особенности пиар-технологий на информационном рынке. Пресс-релиз. Пресс-события. Информационный повод.

Тема 5. Формирование имиджа и репутации средствами PR.

Понятия имидж и репутация в сфере связей с общественностью. Специфика работы с имиджем в бизнес-сфере. Формирования имиджа и репутации в политической сфере.

Тема 6. Текстология PR.

Пиар-текст и современные концепции. Технологии подготовки пиар-текстов.

## **2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Связи с общественностью в контексте массовых коммуникаций.
2. Управление корпоративными коммуникациями.
3. Связи с общественностью в структуре медиаотношений.
4. Системообразующие и системные факторы формирования связей с общественностью.
5. Взаимодействие корпоративными коммуникациями.
6. Синергетика коммуникативных процессов в связях с общественностью.
7. Технологии пиар в политической сфере: работа над имиджем избирающегося и избранного лидера.
8. Работа в условиях кризиса.
9. Специфика кризисных связей с общественностью.
10. Особенности пиар-технологий на информационном рынке.
11. Пресс-релиз.
12. Пресс-события.
13. Информационный повод.
14. Понятия имидж и репутация в сфере связей с общественностью.
15. Специфика работы с имиджем в бизнес-сфере.
16. Формирование имиджа и репутации в политической сфере.
17. Пиар-текст и современные концепции.
18. Технологии подготовки пиар-текстов.