

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 » мая 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Пиар в различных сферах коммуникативного пространства

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело
(уровень магистратуры)

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – магистр


Форма обучения – очная

Курс - 1 (2 семестр)

Разработчик:

канд. филол. наук, доцент кафедры
журналистики и издательского дела
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела

 Е.А. Куянцева
« 11 » сентября 2024 г., протокол № 6

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Пиар в различных сферах коммуникативного пространства 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
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
Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.	ОПК-2	Устный опрос.
Связи с общественностью в кризисных ситуациях	ОПК-2	Устный опрос.
Государственные технологии. Создание имиджа государства.	ОПК-2	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Пиар-деятельность в политической сфере	ОПК-2	Устный опрос
Связи с общественностью в экономике	ОПК-2	Устный опрос
Социальные пиар-технологии	ОПК-2	Устный опрос
Промежуточная аттестация	ОПК-2	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-2	Знает: принципы деонтологии, этические и правовые нормы работы в медиасфере, возможности их применения в своей профессиональной практике.

	<p>Умеет: применять принципы деонтологии, этические и правовые нормы работы в медиасфере в своей профессиональной практике; применять вспомогательный материал для успешного осуществления массовой коммуникации; видеть этические и правовые проблемы в контексте своей профессиональной деятельности и в самом процессе ее осуществления.</p> <p>Владеет навыками: деонтологии, этическими и правовыми нормами работы в медиасфере для осуществления своей 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		
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	30		
Самостоятельная работа	30		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	30		
Всего	100		

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	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	
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	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

ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
кафедра журналистики и издательского дела

экзамен (устный/письменный) по дисциплине «Пиар в различных сферах коммуникативного пространства»

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 № ____» августа 2024 г., протокол № ____.

Экзаменатор

_____ Е.А. Куянцева

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса

1. Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью.
2. Формирование технологий связей с общественностью.
3. Функции связей с общественностью в современных реалиях.
4. Модели функционирования пиар-деятельности.
5. Типология кризисов.
6. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
7. Информирование о риске: за и против.
8. Управление в условиях кризиса.
9. Коммуникация в кризисных ситуациях.
10. Борьба со слухами.
11. Создание имиджа государства.
12. Философия государственных связей с общественностью.
13. Задания в сфере государственных связей с общественностью: западный опыт.
14. Специфика работы над имиджем власти в России.
15. Этапы развития политических ПР-технологий.
16. Современные избирательные технологии связей с общественностью.
17. Пиар-технологии во время избирательного процесса.
18. Репутационный капитал ПР.
19. Фирменный дизайн.
20. Фирменные ПР-акции.
21. ПР как средство деловой коммуникации
22. Понятие и особенности социальных ПР-технологий.
23. Благотворительность.
24. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий.
25. Долгосрочные социальные программы.
26. Социальный ПР в сфере культуры.

Темы для подготовки докладов (докладов-презентаций)

1. Новейшие политические ПР-технологии.
2. Правительственные ПР-технологии: мировой и постсоветский опыт.
3. Новейшие рекламные и PR-технологии в бизнес-сфере.
4. Избирательные компании в США и РФ: отличия и сходства.
5. Имидж президента РФ в российских и мировых СМИ.

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Специфика технологий связей с общественностью.
2. Этапы формирования технологий связей с общественностью.
3. Функции связей с общественностью.
4. Модели функционирования пиар-деятельности.
5. Кризис, управление им и проблемами в кризисных ситуациях.
7. Коммуникация в кризисных ситуациях.
8. Слухи, виды, противодействие.
11. Работа над созданием имиджа государства.
12. Специфика государственных связей с общественностью.
13. Задания в сфере государственных связей с общественностью (на примере США).
14. Специфика работы над имиджем власти в России.
15. Этапы развития политических ПР-технологий.
16. Современные избирательные технологии связей с общественностью.

17. Пиар-технологии во время избирательного процесса.
18. Репутация, ее значение в ПР-деятельности.
19. Фирменный дизайн.
20. Фирменные ПР-акции.
21. Пиар как средство деловой коммуникации
22. Понятие и особенности социальных ПР-технологий.