

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  
« 16 » 2025 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

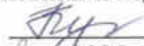
Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

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

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

Заведующего кафедрой  
журналистики и издательского дела

 Е.А. Куянцева  
« 16 » 2025 г., протокол № 5

Луганск, 2025

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Организация работы пресс-служб» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

### 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 08.06.2017 № 524 (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
Универсальные	
ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиокоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ОПК-5.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах, исходя из тенденций развития медиокоммуникационных систем региона, страны, мира.

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

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. История создания и становления пресс-служб, их общая характеристика	ОПК-5	Вопросы для устного опроса, письменные задания для самостоятельной работы студента, блок тестовых заданий.
Тема 2. Структура и принципы организации пресс-служб	ОПК-5	Вопросы для устного опроса, письменные задания для самостоятельной работы студента.
Тема 3. Пресс-секретарь как организатор эффективных медиарелейшнз.	ОПК-5	Письменные задания для самостоятельной работы студента, блок тестовых заданий.
Тема 4. Информационные источники планирования работы пресс-служб	ОПК-5	Вопросы для устного опроса, письменные задания для самостоятельной работы студента, блок тестовых заданий, темы докладов.
Тема 5. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой	ОПК-5	Вопросы для устного опроса, письменные задания для

		самостоятельной работы студента.
Тема 6. Жанры пресс-текстов. Принципы организации и проведения пресс-конференций	ОПК-5	Вопросы для устного опроса, письменные задания для самостоятельной работы студента, блок тестовых заданий, темы докладов.
Промежуточная аттестация	ОПК-5	Экзамен.

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК-5	<p>Знает: тенденции развития медиакommunikационных систем регион, страны и мира; основы поиска достоверной информации в социальных сетях; знает специфику создания медиатекста, коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет: применять на практике полученные знания, апробируя профессиональные навыки в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, учитывая тенденции развития региона, страны.</p> <p>Владеет: навыками определять актуальныетемы для публикаций в СМИ в профессиональной деятельности.</p>

### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
Устные ответы на практических занятиях	50	50
Самостоятельная работа	10	10
Подготовка доклада	10	10
Экзамен	30	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.	
Удовлетворительно	63–74	<b>D</b> – 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	<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.	
Неудовлетворительно	21–49	<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.	
Неудовлетворительно	0–20	<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

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 1.5. Образец оформления экзаменационного билета

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

Дисциплина «**Организация работы пресс-служб**»  
Кафедра журналистики и издательского дела  
Курс Семестр  
Направление подготовки **42.03.02 «Журналистика»**  
Форма обучения **очная/заочная**

## **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

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

Экзаменатор

Заведующий кафедрой  
журналистики и издательского дела

Куянцева Е.А.

### **2.1. Оценочные средства текущего контроля**

#### **Вопросы для устного опроса**

##### **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, подготавливаемые 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-релизинг 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. Предосмотр (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.

#### **Практические задания:**

Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основным понятиям. 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 коммерческий 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 (экзамен)**

1. Влияние медиатизации общественной жизни на становление пресс-служб.
2. Особенность 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-релизов.
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.