

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

 Перезилов О.О.

« 12 » 03 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по направлению  
Остаток шрифта: 100%

По специальности подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – бакалавр

Формы обучения – очная

Курс – 3 (3 семестр)

Разработчик  
доц. филол. наук, доц.  
Куяшова Е.А.

Заведующий кафедрой журналистики и  
издательского дела

 Е.А. Куяшова  
« 11 » 03 2024 г., протокол № 1

Луганск, 2024

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Основы пиар-деятельности 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 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 525 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 года № 538н.

### 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	ИД-1. ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ИД-2. ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории, спрос на продукцию и (или) использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевой аудитории / общественности при создании продуктов профессиональной деятельности.

### 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-4	Устный опрос.
Связи с общественностью в кризисных ситуациях	ОПК-4	Устный опрос.
Государственные технологии. Создание имиджа государства.	ОПК-4	Доклад/доклад-презентация на одну из предложенных тем
Пиар-деятельность в политической сфере	ОПК-4	Устный опрос
Связи с общественностью в экономике	ОПК-4	Устный опрос
Социальные пиар-технологии	ОПК-4	Устный опрос
Промежуточная аттестация	ОПК-4	Зачет

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-4	Знает: профессиональные стандарты, специфику и технологии создания авторских текстов.

	<p><b>Умеет:</b> создавать авторские материалы, на основе современных технологий и профессиональных стандартов, глубоко разбираться в их особенностях.</p> <p><b>Владеет навыками:</b> создания авторского медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности.</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	10		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	50		
<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>Д</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>Е</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

### 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 PR-акции.
21. PR как средство деловой коммуникации
22. Понятие и особенности социальных PR-технологий.
23. Благотворительность.
24. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий.
25. Долгосрочные социальные программы.
26. Социальный PR в сфере культуры.

#### **Темы для подготовки докладов (докладов-презентаций)**

1. Новейшие политические PR-технологии.
2. Правительственные PR-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 (зачет)**

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