

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»  
(АНО ПО «ПГТК»)**



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.08 «ОСНОВЫ PR ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

для специальности  
**42.02.01 Реклама**  
(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника  
**Специалист по рекламе**  
(базовая подготовка)

Форма обучения  
**Очная**

**Пермь, 2022**

Фонд оценочных средств учебной дисциплины ОП.08 «Основы PR деятельности» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510).

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор-составитель: Вертипрахова А.Н., преподаватель

Фонд оценочных средств учебной дисциплины рассмотрен и одобрен на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 2 от «16» февраля 2022 г.

## **Содержание ФОС УД**

### **1. Паспорт фонда оценочных средств**

#### **1.1. Область применения фонда оценочных средств**

#### **1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины**

### **2. Контроль и оценка достижения запланированных результатов обучения**

#### **2.1. Содержательно – компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля**

#### **2.2. Перечень вопросов и заданий для текущего контроля знаний**

#### **2.2. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации**

#### **2.4. Критерии оценивания ПА**

### **3. Рекомендуемая литература и иные источники**

## **1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **1.1. Область применения фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств предназначен для оценивания достижений запланированных результатов по учебной дисциплине **ОП.08 Основы PR деятельности** программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности **42.02.01 Реклама**

Фонд оценочных средств (ФОС) представляет собой комплект материалов для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля.

Результаты обучения — это усвоенные знания и освоенные умения по дисциплине в целях овладения предусмотренных стандартом общих и профессиональных компетенций, а также для оценки достижения обучающимися личностных результатов.

***Фонд оценочных средств позволяет оценивать:***

**Формирование элементов профессиональных компетенций (ПК) и элементов общих компетенций (ОК):**

***Профессиональные компетенции:***

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

***Общие компетенции:***

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### **Освоение умений и усвоение знаний**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- У1 осуществлять под контролем профессиональные функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных и коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- У2 использовать полученные знания и навыки работы на практике в пресс-центрах, пресс-службах, PR-агентствах и СМИ;
- У3 применять методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике;
- У4 составлять и писать тексты PR-жанров.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- 31 экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз»;
- 32 особенности развития связей с общественностью в современной России;
- 33 субъекты и объекты, цели и функции PR, классификацию и основные направления услуг в области связей с общественностью;
- 34 функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях;
- 35 главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и российские правовые нормы профессиональные стандарты в области связей с общественностью.

### **1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины**

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная аттестация по учебным дисциплинам и профессиональным модулям.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на учебную дисциплину, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы дисциплины, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль учебной

дисциплины осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, реферата, творческих работ; выполнения контрольных и тестовых заданий; решения ситуационных задач и других форм контроля, предусмотренных программой учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета.

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или в других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.06 «Основы PR деятельности» – дифференцированный зачет.

## 2. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержательно-компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля

В результате текущей аттестации по учебной дисциплине ОП.06 «Основы PR деятельности» осуществляется проверка сформированности умений и знаний, направленных на формирование соответствующих ФГОС СПО общих и профессиональных компетенций.

Контроль и оценка освоения учебной дисциплины по темам (разделам)

Таблица 2

Элемент учебной дисциплины	Формы и методы контроля			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Форма контроля	Проверяемые ОК, ПК, У, З	Форма контроля	Проверяемые ОК, ПК, У, З
Тема 1.1 Вводная лекция	Дискуссия	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1	Дифференцированный зачет	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1 У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35
Тема 1.2 История возникновения и развития PR	Защита презентаций	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1		
Тема 1.3 Профессия PR-специалист	Написание эссе	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1		
Тема 1.4 Общественное мнение	Устный опрос, практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК8, ПК3.1, ПК4.1,		
Тема 1.5 Методы управления общественным мнением	Дискуссия	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК8, ПК3.1, ПК4.1,		
Тема 1.6 Целевые аудитории в связях с общественностью	Устный опрос	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		
Тема 1.7. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью	Написание эссе	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		
Тема 1.8. Основные организационные структуры в связях с общественностью	Практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		

Тема 1.9 Каналы выхода на различные аудитории общественности	Практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		
Тема 1.15 Управление имиджем	Практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		
Тема. 1.17 Политический, финансовый и шоу-бизнес PR	Практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		
Тема 1.18 Событийный PR	Практико-ориентированные задания	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,		

## 2.2. Перечень вопросов и заданий для текущего контроля

### Тема 1.1 Вводная лекция (2 часа)

#### ПЗ 1. Место PR в системе наук

**Форма:** дискуссия.

**Задание:**

1. PR – искусство или наука.
2. Основные подходы к определению понятия.
3. Соотношение категорий: связи с общественностью, пропаганда, реклама, маркетинг, журналистика, паблик рилейшнз, PR.
4. Круг наук, наиболее взаимодействующих с PR: философия, социология, политология, история, экономика, культурология, психология, психоанализ, конфликтология, менеджмент, маркетинг, журналистика, массовые коммуникации, теория коммуникации, информатика. К наукам какого рода относится PR?

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из



дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

## **Тема 1.2 История возникновения и развития PR (4 часа)**

### **ПЗ 2. Великие пиарщики 20 века**

**Форма:** защита презентаций

**Задание:** разработать и защитить презентацию, посвященную личности и основным заслугам одного из известных пиарщиков (Айви Ли, Эдвард Бернейс, Альберт Ласкер, Джордж Гэллуп, Дэвид Огилви, Россер Ривс, Гарольд Берсон, Уоррен Коуэн).

### **Критерии оценивания:**

Оценка	Качество выступления	Ответы на вопросы	Презентация	Степень воздействия на аудиторию	Регламент выступления
Отлично	Текст доклада объясняется своими словами, суть работы объяснена, прослеживается логика	Ответы на все вопросы убедительны, аргументированы	Представленный демонстрационный материал используется в докладе, информативен, автор свободно в нем ориентируется. Средства наглядности используются, выдержаны основные требования к дизайну презентации, подача материала логична, презентация и текст доклада полностью согласованы	Автору удалось вызвать интерес аудитории к теме доклада	Регламент выступления соблюден
Хорошо	Хорошее владение теоретическим и иллюстративным материалом	Ответы на большинство вопросов, не все ответы аргументированы	Представленный демонстрационный материал используется в докладе. Средства	Автору удалось вызвать интерес аудитории к	Регламент выступления превышен

		ны	наглядности используются, выдержаны основные требования к дизайну презентации, отсутствует логика подачи материала, нет согласованности между презентацией и текстом доклада	теме доклада	
Удовлетворительно	Доклад пересказывается, суть работы не объяснена	Ответы вопросы однословные, неуверенные, неаргументированные	Представленный демонстрационный материал не используется в докладе. Выдержаны не все основные требования к дизайну презентации	Автору не удалось заинтересовать аудиторию	Регламент выступления соблюден
Неудовлетворительно	Доклад зачитывается	Ответы на вопросы отсутствуют	Демонстрационный материал отсутствует / Не выдержаны основные требования к дизайну презентации	Автору не удалось заинтересовать аудиторию	Регламент нарушен

### Тема 1.3 Профессия PR-специалист (2 часа)

#### ПЗ 3. Как стать PR-специалистом

**Форма:** эссе

**Задание:** самостоятельно написать эссе на тему «Как стать PR-специалистом».

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, содержание работы которого полностью соответствует теме; тема глубоко и аргументированно раскрыта; использованы дополнительные материалы, необходимые для ее освещения; работа структурно выдержана, мысли изложены логически, последовательно, стилистика соответствует содержанию; фактические ошибки отсутствуют; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе достаточно полно и убедительно раскрыта, но есть незначительные замечания; использованы дополнительные материалы, необходимые для ее освещения; текст изложен логически, структура выдержана, использован литературный язык и профессиональная терминология; недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; имеются единичные фактические неточности; заключение содержит выводы, вытекающие из содержания основной части;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе в основном раскрыта; дан верный, но недостаточно полный ответ; имеются отклонения от темы, отдельные ошибки, неточности, в том числе фактологические; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно

логично, но имеются отдельные нарушения; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе полностью нераскрыта; изложение нелогично, много фактологических, речевых, стилистических и других ошибок; присутствуют многочисленные заимствования из источников; выводы отсутствуют либо не связаны с основной частью работы.

#### **Тема 1.4 Общественное мнение (4 часа)**

##### **ПЗ 4. Мониторинг общественного мнения**

**Форма:** устный опрос,

##### **Задание:**

1. Ключевые способы фиксации общественного мнения.
2. Основные принципы измерения, анализа и интерпретации.
3. Отслеживание динамики развития общественного мнения. Ключевые приемы.

Наиболее частные ошибки в интерпретации динамики. Опасности искажения данных.

4. Индексы и зачем они нужны.
5. Принципы визуализации и презентации данных опросов общественного мнения.

Типичные ошибки.

6. Новые тренды в визуализации (коммуникационный дизайн, инфографика, видео, сторителлинг).

7. Презентация исследований для разных аудиторий (СМИ, общественность, власть, бизнес, НКО, академическое сообщество).

8. Понимание возможностей SMM для продвижения данных.

##### **Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений;

формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

**Форма:** практико-ориентированные задания

**Задание:**

1. Разделить одnogруппников на целевые группы, основываясь на следующих подходах: географическом; демографическом; психографическом; с учётом скрытой власти; с учётом статуса; с учётом репутации; с учётом членства; с учётом роли в процессе принятия решения.

2. Выбрать тему (объект, явление и пр.) и определить признаки общественного мнения среди одnogруппников (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность, социальная поддержка).

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

**Тема 1.5 Методы управления общественным мнением (2 часа)**

### ПЗ 5. Современные методы управления общественным мнением

**Форма:** дискуссия

**Задание:**

1. Социально-психологические основы управления общественным мнением.
2. Цели управления общественным мнением.
3. Установка как ключевое понятие при формировании общественного мнения.

Направленность установок: положительные, отрицательные и нейтральные. Роль стереотипов.

4. Информационные методы.
5. Пропагандистские методы.
6. Культурно-массовые методы.
7. Основные приемы (внушение, убеждение, подражание и др.).
8. Специфика управления общественным мнением в разных сферах (политика, бизнес, НКО, СМИ).

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

### Тема 1.6 Целевые аудитории в связях с общественностью (2 часа)

ПЗ 6. Определение целевой аудитории связей с общественностью в крупных

компаниях

**Форма:** устный опрос

**Задание:**

1. Определение целевых аудиторий.
2. Классификация целевых аудиторий.
3. Целевая аудитория в крупных компаниях: высшее руководство, топ-менеджмент; руководители среднего звена, менеджеры; рабочие и обслуживающий персонал. Включение членов семей сотрудников в целевую аудиторию.

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;
- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;
- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;
- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

## **Тема 1.7 Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью (2 часа)**

ПЗ 7. Этичность в области PR. Проблемы и кейсы

**Форма:** эссе

**Задание:** самостоятельно написать эссе на тему «Этичность в области PR. Проблемы и кейсы».

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, содержание работы которого

полностью соответствует теме; тема глубоко и аргументированно раскрыта; использованы дополнительные материалы, необходимые для ее освещения; работа структурно выдержана, мысли изложены логически, последовательно, стилистика соответствует содержанию; фактические ошибки отсутствуют; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе достаточно полно и убедительно раскрыта, но есть незначительные замечания; использованы дополнительные материалы, необходимые для ее освещения; текст изложен логически, структура выдержана, использован литературный язык и профессиональная терминология; недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; имеются единичные фактические неточности; заключение содержит выводы, вытекающие из содержания основной части;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе в основном раскрыта; дан верный, но недостаточно полный ответ; имеются отклонения от темы, отдельные ошибки, неточности, в том числе фактологические; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся, в работе которого тема эссе полностью нераскрыта; изложение нелогично, много фактологических, речевых, стилистических и других ошибок; присутствуют многочисленные заимствования из источников; выводы отсутствуют либо не связаны с основной частью работы.

## **Тема 1.8 Основные организационные структуры в связях с общественностью (4 часа)**

### **ПЗ 8. Поиск и анализ PR-агентств России**

**Форма:** практико-ориентированные задания.

**Задание:** найти информацию о PR-агентствах России и проанализировать ее согласно плану:

1. Наличие фирменного стиля.
2. Организационная структура.
3. Предоставляемые услуги. Стоимость услуг.
4. Используемые технологии.
5. Отзывы. Рекомендации.

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и

прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

## **Тема 1.9 Каналы выхода на различные аудитории общественности (4 часа)**

### **ПЗ 9. Составление базы данных СМИ**

**Форма:** практико-ориентированные задания.

**Задание:** составить базу данных СМИ исходя из целевой аудитории, события.

#### **Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;



- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

### **Тема 1.15 Управление имиджем (4 часа)**

ПЗ 10. Составление карты управления имиджем предприятия и персоны.

**Форма:** практико-ориентированные задания.

**Задание:**

1. Составить карту управления имиджем предприятия (на выбор: учебного заведения; завода по производству минеральной воды; сети магазинов, продающих компьютеры; рекламной компании; ваш вариант).

2. Составить карту управления имиджем персоны (на выбор: дизайнера; ученого; депутата городской думы; ваш вариант).

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

### **Тема 1.16 Политический, финансовый и шоу-бизнес PR (2 часа)**

ПЗ 11. Разбор и анализ кейсов методик различных видов PR.

**Форма:** практико-ориентированные задания.

**Задание:**

1. Проанализировать PR-кампании с точки зрения их цели, задачи, продолжительности, произведенного эффекта (выпуск фильма «Титаник» на видео, Dove Real Beauty, Red Bull Stratos, #McDStories, «Оставайтесь дома» (Stay Home) от IKEA, #встилеRIO от KIA и др.).

2. Проанализировать проведенные в отечественных социальных сетях PR-кампании (на выбор) с точки зрения их цели, задачи, продолжительности и эффекта.

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

## **Тема 1.18 Событийный PR (2 час)**

ПЗ 12. Разработка и создание концепции презентации на заданную тематику.

**Форма:** практико-ориентированные задания

**Задание:** предложить идею, разработать концепцию: специально организованного события для предприятия торговли / промышленности; презентации нового интернет-приложения; специального мероприятия для журналистов, включающего в себя тест-драйв новой модели автомобиля; свой вариант.

**Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, обладающему глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе обучающийся продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, обладающему достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод;

- оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, обладающему общими знаниями основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся при отсутствии знаний значительной части программного материала; допущении существенных ошибок в процессе изложения; неумении выделить главное и сделать вывод; приведении ошибочных определений; вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

### **2.3. Перечень вопросов для промежуточной аттестации**

**Форма:** дифференцированный зачет.

#### **Список вопросов к дифференцированному зачету**

1. Понятие PR. Цели, задачи, функции PR. Объекты PR.
2. История возникновения и развития PR.
3. Профессия PR-специалист.
4. Общественное мнение.
5. Методы управления общественным мнением.
6. Целевые аудитории в связях с общественностью.
7. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
8. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
9. Каналы выхода на различные аудитории общественности.
10. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
11. Объединения специалистов и профессиональные издания в области связей с общественностью.
12. Средства коммуникации и коммуникативные процессы в PR.
13. Исследования, планирование и программирование – основа эффективных PR-технологий.
14. Кризисный PR.
15. Управление имиджем.
16. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
17. Политический, финансовый и шоу-бизнес PR.

**Инструкция к проведению дифференцированного зачета:**

*Индивидуальная беседа с обучающимся по вопросам курса. Использование при подготовке к ответу каких-либо средств запрещено.*

**Критерии оценивания:**

**Оценка «5» («отлично»)** соответствует следующей качественной характеристике: *«изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно».*

*Выставляется студенту,*

- *усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;*
- *обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.*

**Оценка «4» («хорошо»)** соответствует следующей качественной характеристике: *«изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет».*

*Выставляется студенту,*

- *обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей;*
- *показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.*

**Оценка «3» («удовлетворительно»)**

*Выставляется студенту,*

- *обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой;*
- *допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.*

**Оценка «2» («неудовлетворительно»)**

*Выставляется студенту,*

- *обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;*
- *дававшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета.*

### **3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ**

#### **Основные источники:**

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html> (дата обращения: 05.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95335>

#### **Дополнительные источники:**

1. Осина, О. Н. Теория и практика рекламных коммуникаций : учебное пособие / О. Н. Осина, М. В. Найденова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 180 с. — ISBN 978-5-7433-3561-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131671.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/131671>

2. Пантелеева, Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий : учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023. — 154 с. — ISBN 978-5-6048971-5-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133470.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

#### **Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znaniyum.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologos> - энциклопедия практической психологии
6. <https://psychojournal.ru/> - научно-популярный психологический портал (информационный портал по психологии)
7. <https://vocabulary.ru/> - национальная энциклопедическая служба
8. <http://psychology.net.ru/talk/> - психологический форум сайта «Мир психологии».

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

<b>№ п.п.</b>	<b>Содержание изменения</b>	<b>Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой</b>
1	2	3
1		
2		
3		
4		