

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УР и КО

_____ С.А. Льянова

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.15 Связи с общественностью

Направление подготовки – бакалавриат

39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль подготовки) программы -
Социальная работа

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Содержание

- 1. Паспорт фонда оценочных средств**
- 2. Типовые контрольные задания или иные материалы**
 - 2.1. Контрольно-измерительные материалы подготовки дискуссии**
 - 2.2. Зачет**
 - 2.3. Тестовые задания по дисциплине**
- 3. Критерии оценивания компетенций (результатов)**

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или ее части) / и ее формулировка - по желанию	Наименование оценочного средства
1.	Public Relations как наука об управлении общественным мнением	УК-4 ОПК-3 ПК-8	Опрос, групповая дискуссия, тестовые задания
2.	Public Relations в системе маркетинговых коммуникаций	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
3.	PR-аудитория: теория публики Дж. Грунига. Целевая группа воздействия. Уровни восприятия (система AIDA).	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
4.	Планирование и организация проведения PR – кампании	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
5.	Управление системой Public Relations	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
6.	Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). Кризисное управление и PR	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
7.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации	УК-4 ОПК-3 ПК-8	
8.	Принципы PR-взаимодействия с прессой. Базовые PR-документы в работе со СМИ. Философия взаимоотношений с масс-медиа	УК-4 ОПК-3 ПК-8	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы

2.1. Контрольно-измерительные материалы подготовки дискуссии

Параметр	Оценка
Выбранная студентом тема (проблема) актуальна на современном этапе развития, представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.	5
Выбранная студентом тема (проблема) актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, приведен один пример из практики.	4
Выбранная студентом тема (проблема) не актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, отсутствует временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, отсутствуют примеры из практики.	3
Выбранная студентом тема (проблема) не актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект, в котором частично (не более пяти) отражены вопросы для дискуссии, отсутствует временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, отсутствуют примеры из практики.	2

2.2. Вопросы для зачета

Примерный перечень вопросов к зачету по всей дисциплине

1. Public Relations как наука об управлении общественным мнением
2. Public Relations: основные понятия и определения.
3. Пять основных целей и составляющие PR. Функции Public Relations.
4. Основные направления деятельности по связям с общественностью.
5. Коммуникация: основные понятия и определения.
6. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга.
7. PR-аудитория: теория публики Дж. Грунига. Целевая группа воздействия. Уровни восприятия (система AIDA).
8. Целевая группа воздействия: характеристики, идентифицирующие целевую аудиторию.
9. Уровни восприятия (система AIDA).
10. Планирование и организация проведения PR – кампании
11. PR – кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей.
12. Отличие PR-кампании от рекламной кампании.
13. Типы PR-кампаний.
14. Принципы и характеристики успешной кампании.
15. Организационные формы управления Public Relations .
16. Структура PR-концепции .
17. Планирование PR-деятельности
18. Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). Кризисное управление и PR
19. Стратегии решения проблем (RACE, ROPE).
20. Кризисное управление и PR
21. Факторы, определяющие выбор СМИ.
22. Принципы PR-взаимодействия с прессой. Базовые PR-документы в работе со СМИ.
23. Философия взаимоотношений с масс-медиа.
24. Принципы PR-взаимодействия с прессой: пресс-конференция, выступление по радио, телевидению.
25. Базовые PR-документы в работе со СМИ

2.3 Тестовые задания по дисциплине

1. Известный специалист, автор книги по PR, Сэм Блэк предлагает следующее определение, согласующееся с официально принятым:

2. Советское издание по маркетингу (Завьялов П. С., Демидов В. Е.) определяет PR как

3. Public Relations вырастает из решения негативных ситуаций, возникающих

4. Коммуникация – это _____

5. Именно _____ являются предметом дисциплины Public Relations.

6. Public Relations (другой вариант названия – стратегические *коммуникации*) решает не только глобальные, но и _____, стремясь к тому, чтобы любые наши проблемы были решены на коммуникативном уровне.

7. Public Relations как наука занимается _____

8. Американское _____ рилейшнз так видит свои задачи: «PR помогает комплексному, плюралистическому обществу принимать решения и функционировать более эффективно путем достижения взаимопонимания между группами и учреждениями. Она помогает гармоничному сочетанию частных и общественных интересов».

9. Область, в которой функционирует PR, можно определить как _____

10. В рамках Public Relations существует жесткая зависимость от _____

11. Public Relations обеспечивает благоприятную атмосферу, в которой действует _____

12. В Public Relations – коммуникации (от лат. «communication»), что означает: _____

13. В Public Relations каждая коммуникативная проблема – это _____

14. Главная задача PR –

- а) сформулировать корпоративные послания и обеспечить их передачу целевой аудитории
- б) решение корпоративных проблем
- в) обеспечение передачу данных и анализ

15. К системе коммуникаций в маркетинге относятся:

- а) средства и процессы сбора и предоставления информации о рынке и о предлагаемой продукции
- б) ведения торговых переговоров и организации продаж
- в) спрос и предложение

16. Визуальная коммуникация – это

- а) передача информации
- б) передача информации в рамках пространственного измерения, а не временного, по которому строится наша речь.
- в) пространственное измерение

17. Достижение максимальной эффективности в Public Relations возможно только во взаимодействии не с аудиторией вообще, а только с ее сегментом –

- а) целевой группой воздействия.

- б) группой лиц
- в) массой

18. Кризисная ситуация –

- а) инфляция
- б) ситуация ломки, реструктурирования существующих систем управления.
- в) неэффективность системы управления

19. Управление Public relations должно вестись

- а) эффективно
- б) стандартно
- в) на стратегической основе

20. Коммуникационные тактики включают в себя:

- а) стандартные и дополнительные средства, специальные мероприятия и PR-акции
- б) PR-акции
- в) дополнительные мероприятия

КЛЮЧИ К ТЕСТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

- 1 «это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности».
- 2 «искусство создавать благоприятный климат, благоприятное отношение к фирме-продавцу (производителю товара) не только потенциальных клиентов, но и широких масс публики, причем на самых разных уровнях, вплоть до правительственного (чиновники внешнеторговых ведомств, таможенных служб и т. п.)».
- 3 перед производством или лидером.
- 4 обмен информацией между двумя или более людьми.
- 5 коммуникации...
- 6 локальные задачи...
- 7 организацией коммуникативного пространства современного общества.
- 8 общество паблик....
- 9 общественную коммуникацию
- 10 потребителя продукта
- 11 компания
- 12 передача сообщений (мыслей, сведений, новостей); информация; общение; связь; известия и т.д.
- 13 проблема понимания.
- 14 а
- 15 а,б
- 16 б
- 17 а
- 18 б
- 19 в
- 20 а

3. Критерии оценивания компетенций (результатов):

Контроль освоения компетенций

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям освоения дисциплины «Связи с общественностью» (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) применяются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, задачи, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Этап формирования компетенций	Перечень компетенций	Форма контроля	Раздел учебной дисциплины	Фонд оценочных средств
1 этап	УК-4 ОПК-3 ПК-8	Модуль 1 (итоговая аттестация)	1	Опрос; компендиум , групповая дискуссия; тестовые задания; эссе

Шкала оценки сформированности компетенций

	Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня освоения компетенции (дескрипторы)
1	2	3	4
1	Базовый уровень компетентности (зачет)	Студент демонстрирует высокий уровень знаний методов исследования, используемых в социальной работе с различными категориями граждан, адекватно использует их для анализа социальных проблем, демонстрирует умение критической и аналитической рефлексии происходящих в социальной жизни общества	Полное усвоение учебного материала, логически аргументированное его изложение, владение тезаурусом социальной работы, умение применять теорию к анализу социальных ситуаций, способность обосновывать решения и делать аргументированные выводы, ссылаться на литературные источники, конструировать рекомендации по решению

2	Уровень минимальной компетентности (незачет)	Минимально возможная выраженность компетенции, не достигший базового уровня знаний по ФГОС 3++	Незнание значительной части учебного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы итоговой аттестации по дисциплине, невыполнение практических заданий самостоятельной работы недостаточная активность в течение семестра, <i>студент правильно ответил на менее 20% итогового тестового задания</i>

Компетенции (или их составные части) считаются сформированными в том случае, если студент выполнил все предусмотренные практические задания, самостоятельную работу, прошел промежуточную аттестацию по тестовым заданиям, успешно сдал зачет по дисциплине.

Лекции и практические занятия (общая оценка)

Лекции

	+	-
Посещаемость	70%	менее 70%

Конспектирование	Делает отметки и конспекты	не делает конспект
Активность	Задаёт вопросы в ходе лекции	Не задаёт вопросы в ходе лекции
Комментарии	Высказывает оценочные и уточняющие суждения, Релевантные теме лекции	Не высказывает оценочные и уточняющие суждения, релевантные теме лекции

Практические занятия

	+	-
Посещаемость	70%	менее 70%
Готовность демонстрации выполненной работы	к Имеются необходимые к конкретному занятию материалы	Нет материалов
Активность	Задаёт вопросы	Не задаёт
Комментарии	Высказывает оценочные и Уточняющие суждения, релевантные теме занятия	Не высказывает
участие в проведении занятия	Участвует в дискуссии, демонстрирует интерес	Нет