

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 12:34:09

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

_____ Т.А. Шебзухова
«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

По дисциплине

Технологии Public Relations в туризме

43.03.02 Туризм/Туристическая деятельность

Направление подготовки/специальность

Бакалавр

Квалификация выпускника

заочная

Форма обучения

2021

Год начала обучения

Изучается в 7 семестре

Предисловие

1. Фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения результатов обучения, запланированных в образовательной программе, и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе

2. Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации разработан на основе рабочей программы дисциплины «Технологии Public Relations в туризме» в соответствии с образовательной программой по направлению подготовки (43.03.02 Туризм), утвержденной на заседании утвержденной на заседании Учебно-методического совета ФГАОУ ВО СКФУ, протокол №__ от «__» _____ 20__ г.

3. Разработчик А.А. Меняйлов, доцент кафедры ТиГД.

4. ФОС рассмотрен и утвержден на заседании кафедры туризма и гостиничного дела, протокол №__ от «__» _____ 20__ г.

5. ФОС согласован с выпускающей кафедрой туризма и гостиничного дела, протокол №__ от «__» _____ 20__ г.

6. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель _____ (декан факультета ШКГ Семенова Е.А.);
_____ (зав.выпускающей кафедрой ТиГД Огаркова И.В.);
_____ (В.С. Козлов, начальник службы приема и размещения ООО «ПСКК «Машук Аква-Терм»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине "Технологии Public Relations в туризме" соответствует рабочей программе для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» и может быть использован для учебного процесса.

«__» _____ 20__ г. _____ А.А. Меняйлов

7. Срок действия ФОС _____

Паспорт фонда оценочных средств

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

По дисциплине	Технологии Public Relations в туризме
	43.03.02 Туризм
Направление подготовки	Туристическая деятельность
Профиль подготовки	бакалавр
Квалификация выпускника	заочная
Форма обучения	2021
Учебный план	

Код оцениваемой компетенции (или её части)	Этап формирования компетенции (№ темы) (в соответствии с рабочей программой)	Средства и технологии оценки	Вид контроля, аттестация (текущий/промежуточный)	Тип контроля (устный, письменный или с использованием технических средств)	Наименование оценочного средства	Количество элементов, шт.	
						Базовый уровень	Повышенный уровень
ПК-11	1-16	собеседование	текущий	устный	Вопросы для собеседования	44	37
	5,9,15,	доклад	текущий	устный	Перечень дискуссионных тем для круглого стола	8	7
	1-16	курсовая работа	промежуточный	письменный	Оценочные средства для курсовой работы	10	15
	1-16	экзамен	промежуточный	устный	Вопросы к экзамену	40	40

Составитель _____ А.А. Меняйлов
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

Вопросы для собеседования
по дисциплине «Технологии Public Relations в туризме»

Базовый уровень

Тема 1. Паблик рилейшнз: понятие, история, структура.

1. Определение паблик рилейшенз.
2. Динамика развития паблик рилейшенз в мировом масштабе.

Тема 2. PR: сущность, задачи и цели.

1. Основные цели PR деятельности.
2. Основные задачи и пути решения PR деятельности.

Тема 3. Стратегическое планирование PR-деятельности.

1. Стратегическое мышление.
2. Понятие «стратегическое планирование».

Тема 4. Организация и проведение PR-мероприятий (конференция, пресс-конференция, презентация).

1. Пресс-конференция и брифинг.
2. Брифтинг для СМИ.

Тема 5. Определение паблик рилейшнз и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде

1. Социально-экономические особенности формирования паблик рилейшнз в сфере бизнеса.

Тема 6. PR в Интернете.

1. Интерактивный PR.
2. Три «кита» PR в интернете.

Тема 7. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций

1. Схема структуры целевой коммуникации.
2. Простая схема структуры коммуникации.

Тема 8. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.

1. Подготовка сотрудников внутрифирменных подразделений по связям с общественностью.
2. Навыки устной речи и приемы ораторского искусства в сфере общности.

Тема 9. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

1. Понятие «реляция».
2. Кодирование и декодирование в коммуникативных системах.

Тема 10. Средства массовой информации как технология формирования общественного мнения.

1. Проблема влияния СМИ на массовую аудиторию.
2. Возможности СМИ.

Тема 11. Модели принятия решений в процессе переговоров.

1. Линии поведения партнеров.
2. Итоги переговоров.

Тема 12. Кризисные ПР. Понятие кризиса в публичных отношениях.

1. Понятие «кризисная ситуация»
2. Пример кризисной ситуации.

Тема 13. Целевое планирование (цели выхода, цели влияния).

1. Цели влияния.
2. Цели программно-целевого планирования.

Тема 14. Организация программ и компаний публичных отношений в мезосреде фирмы.

1. Оценка эффективности PR-кампании.

Тема 15. Особенности и виды программ в связях с общественностью.

1. Типология программ в связях с общественностью.

Тема 16. Основные этапы планирования PR-кампании.

1. Цели PR-кампании.
2. Виды планов PR-кампании.

Повышенный уровень

Тема 1. Публичных отношений: понятие, история, структура.

1. Особенности публичных отношений.

Тема 2. PR: сущность, задачи и цели.

1. Завоевание доверия потребителей как цель PR.

Тема 3. Стратегическое планирование PR-деятельности.

1. Пять этапов стратегического планирования.
2. Принципы реализации плана PR-активности.

Тема 4. Организация и проведение PR-мероприятий (конференция, пресс-конференция, презентация).

1. Правила проведения пресс-конференций и брифингов.
2. Презентация.

Тема 5. Определение публичных отношений и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде

1. Закон использования активных элементов основных фондов.

Тема 6. PR в Интернете.

1. Эффективность PR в интернете.
2. Инструменты PR в интернете.

Тема 7. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций

1. Типология коммуникации.
2. Коммуникация в группе.

Тема 8. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.

1. Профессиональное поведение и этика во взаимоотношениях друг с другом, а также с представителями различных категорий общественности и работниками СМИ.

Тема 9. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

1. Получатель информации.

Тема 10. Средства массовой информации как технология формирования общественного мнения.

1. СМИ в жизни современного общества.

Тема 11. Модели принятия решений в процессе переговоров.

1. Ведение переговоров.
2. Процесс проведения переговоров.

Тема 12. Кризисные ПР. Понятие кризиса в публичных отношениях.

1. Аспекты кризисной ситуации.

Тема 13. Целевое планирование (цели выхода, цели влияния).

1. Целевой подход.

Тема 14. Организация программ и компаний публичных отношений в мезосреде фирмы.

1. Методы социологических исследований в маркетинге и ПР.

Тема 15. Особенности и виды программ в связях с общественностью.

1. Разработка стратегии и тактики.

Тема 16. Основные этапы планирования PR-кампании.

1. Оценка эффективности PR-кампании.

2. Основы письменной PR-коммуникации.

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала. Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ПК-11 способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания

вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента:

Номер варианта	Номер вопроса	Отлично (100%)	Хорошо (80%)	Удовлетворительно (60%)	Неудовлетворительно (0%)
	1				
	2				
	3				
	4				

Составитель _____ А.А. Меняйлов
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола
по дисциплине «Технологии Public Relations в туризме»
Базовый уровень

Практическое занятие № 5. Определение публичных отношений и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде.

1. ПР и родственные понятия.
2. Анализ определения ПР.

Практическое занятие № 9. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

1. Кодирование и декодирование в коммуникативных системах.
2. Документная коммуникация.

Практическое занятие №15. Особенности и виды программ в связях с общественностью.

1. Планирование работы по ПР.
2. Долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное планирование.

Тема 16. Основные этапы планирования PR-кампании.

1. Цели PR-кампании.
2. Виды планов PR-кампании.

Повышенный уровень

Практическое занятие № 5. Определение публичных отношений и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде.

1. Задачи и цели ПР
2. Стратегический подход к управлению ПР.

Практическое занятие № 9. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

1. Функциональные свойства документов.
2. Прикладные функции естественных и искусственных каналов.

Практическое занятие №15. Особенности и виды программ в связях с общественностью.

1. Виды программ в связях с общественностью.

Тема 16. Основные этапы планирования PR-кампании.

1. Оценка эффективности PR-кампании.
2. Основы письменной PR-коммуникации.

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически

стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала. Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере; ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента:

Номер варианта	Номер вопроса	Отлично (100%)	Хорошо (80%)	Удовлетворительно (60%)	Неудовлетворительно (0%)
	1				
	2				
	3				
	4				

Составитель _____ А.А. Меняйлов
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ТиГД
И.В. Огаркова
«__» _____ 20__ г.

Вопросы к экзамену
по дисциплине «Технологии Public Relations в туризме»

Базовый уровень
Вопросы для проверки уровня обученности

Знать:

Базовый уровень

1. Понятие связей с общественностью
2. Анализ определения ПР.
3. ПР и родственные понятия.
4. Разграничение понятий ПР и реклама.
5. Виды общественности.
6. Основные функции и структура управления связями с общественностью.
7. История развития ПР в мировом пространстве
8. Задачи и цели ПР
9. Виды связей с общественностью и формы деятельности.
10. Личностные и деловые качества ПР-менеджера.
11. Должностные обязанности ПР-специалистов .
12. Возникновение Российского ПР-рынка
13. Российские профессиональные объединения
14. Зарубежные объединения ПР-профессионалов в России
15. Корпоративные субъекты ПР-рынка
16. Менеджмент Паблик Рилейшнз. Стратегический подход к управлению ПР.
17. Логические ступени процесса стратегического планирования.
18. Оценка текущего состояния проекта.
19. Нормы и принципы участников проекта как основа стратегического планирования.
20. Заявление о миссии и определение видения.

Повышенный уровень

21. Этапы стратегического планирования.
22. Этика и ПР.
23. Имидж организации.
24. Функции PR-имиджа

25. Компоненты корпоративного имиджа.
26. Принципы конструирования имиджа организации.
27. Основные этапы создания имиджа.
28. Управление корпоративным имиджем.
29. Брэнддинг
30. Управление СМИ.
31. Работа с информацией.
32. Принципы конструирования новостей.
33. Способы усиления новостной информации.
34. Цветной ПР.
35. Массовые коммуникации в ПР. Отношения со СМИ.
36. Формы подачи информационно-новостных материалов.
37. Материалы для распространения в процессе проведения PR-мероприятий (пресс-релиз, новостной пресс-релиз, бэкграундер).
38. Материалы для распространения в процессе проведения PR-мероприятий (биография, факт-лист, медиа-кит)
39. Материалы для непосредственной публикации в СМИ (занимательная статья, кейс-история).
40. Материалы для непосредственной публикации в СМИ (обзорная статья, интервью)

Уметь, владеть

Базовый уровень

41. Неформальные методы коммуникации.
42. ПР в мультикультурной среде
43. Специфика организации специальных событий.
44. Церемония открытия как спецсобытие.
45. Пресс-конференция как спецсобытие.
46. Презентация как спецсобытие.
47. Брифинг как спецсобытие.
48. Посещения как спецсобытие
49. Пресс-тур как спецсобытие
50. Прием как спецсобытие.
51. День открытых дверей как спецсобытие.
52. Круглый стол как спецсобытие.
53. Выставки как спецсобытие.
54. Благотворительные акции как спецсобытие.
55. Праздники, конкурсы, фестивали как спецсобытия.
56. Конференция как спецсобытие.
57. Процедура фасилитации и групповой фасилитатор.
58. Три главные составляющие фасилитации.
59. Технология медиации.
60. Работа медиатора.

Повышенный уровень

61. Стадии медиаторского процесса.
62. Кризисные ПР
63. Понятие кризиса в публичных отношениях
64. Типология кризисов
65. Управление в условиях кризиса
66. Понятие и виды PR-кампаний.
67. Основные этапы планирования PR-кампании.
68. Оценка эффективности PR-кампании.

69. PR в Интернете.
70. Место PR в органах государственной власти.
71. PR-подразделения в крупных государственных структурах.
72. PR-подразделения Президента РФ.
73. Пресс-служба Президента РФ.
74. Управление Президента РФ по связям с общественностью.
75. Пресс-служба Государственной Думы РФ.
76. Корпоративная культура и фирменный стиль как условие, цель и средство PR
77. Место PR в современном менеджменте и предпринимательстве.
78. PR с потребителями и инвесторами.
79. PR и привлечение инвестиций.
80. Креативные технологии в PR

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала. Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ПК-11 способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания

вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента:

Номер варианта	Номер вопроса	Отлично (100%)	Хорошо (80%)	Удовлетворительно (60%)	Неудовлетворительно (0%)
	1				
	2				
	3				
	4				

Составитель _____ А.А. Меняйлов
(подпись)

«__» _____ 20__ г.