

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a23e198

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

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В.данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПОДИСЦИПЛИНЕ

GR-KOMМУНИКАЦИИ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Коммуникативные технологии и реклама

Год начала обучения

2024

Форма обучения

очная

Реализуется в

7 семестре

Введение

1. Назначение: фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения запланированные в образовательной программе результаты обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины (модуля) «GR-коммуникации»

3. Разработчики: Афанесян М.К., доцент кафедры Финансов и бухгалтерского учета

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:

Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета

Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета

Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): Индикатор: ИД-1 ОПК-2 Знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Не знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает плохо об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает в целом об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
ИД-2 ОПК-2 Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Не умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Умеет в недостаточной мере освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Умеет в целом освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.
ИД-3 ОПК-2 Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах,	Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)	Владеет плохо навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах,	Владеет в целом навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или)	Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и

и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.	и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития
<i>Компетенция: ПК-13 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор: ИД-1 ПК-13</i> Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Не знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает в недостаточной мере особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает в целом особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ИД-2 ПК-13 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в недостаточной мере в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в целом в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ИД-3 ПК-13 Владеет навыками корпоративной культуры	Не владеет навыками корпоративной культуры	Владеет в недостаточной мере навыками корпоративной культуры	Владеет в целом навыками корпоративной культуры.	Владеет навыками корпоративной культуры.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.		Дайте определение понятия «паблисити».	ОПК-2
2.		Дайте определение понятия «политическая реклама».	ОПК-2
3.		Сформулируйте цель GR-департамента.	ОПК-2
4.		Дайте определение понятия «консалтинг».	ОПК-2
5.		Дайте определение понятия «GR-менеджер».	ОПК-2
6.		Дайте определение понятия «PR».	ОПК-2
7.		Дайте определение понятия «дебаты».	ОПК-2
8.		Дайте определение понятия «public affairs».	ОПК-2
9.		Дайте определение понятия «зелёный камуфляж».	ОПК-2
10.		Дайте определение понятия «пресс-конференция».	ОПК-2
11.		Дайте определение понятия «коммуникативная тактика».	ОПК-2
12.		Дайте определение понятия «коммуникативная стратегия».	ОПК-2
13.		Перечислите технологии GR-коммуникации	ОПК-2
14.		Дайте определение понятия «issues management».	ОПК-2
15.		Дайте определение понятия «краудсорсинг».	ОПК-2
16.		Дайте определение понятия «филибастер».	ОПК-2
17.		Перечислите формы работы GR-департамента с органами государственной власти.	ОПК-2
18.		Перечислите типы деловых ассоциаций коммерческих компаний.	ОПК-2
19.		Приведите примеры внешних стейкхолдеров коммерческой компании.	ОПК-2
20.		Дайте определение понятия «лицо, принимающее решение».	ОПК-2
21.		Что такое департамент по связям с органами государственной власти?	ОПК-2
22.		Дайте определение понятия «технологический субъект GR».	ОПК-2
23.		Какая модель организации GR-деятельности характерна для ранних этапов развития компании: а) Когда GR занимается первое лицо компании непосредственно; б) Когда GR занимается заместитель руководителя; в) Когда GR занимается департамент по отношениям с органами государственной власти; г) Когда GR занимается советники, помощники первого лица по отношениям с	ОПК-2

		органами государственной власти.	
24.		Какой аббревиатурой обозначается область информационного взаимодействия с госорганами а) «b2b» б) «GR» в) «b2c» г) «PR-p»	ОПК-2
25.		Соотношение PR и пропаганды а) это разные типы работы с общественностью б) пропаганда — часть PR в) PR — часть пропаганды г) это одно и то же	ОПК-2
26.		Первые представления о связях с общественностью зародились в ... а) Англии б) России в) США г) Франции	ОПК-2
27.		Короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации – это... а) пресс-конференция б) прием в) брифинг г) презентация д) пресс-тур	ОПК-2
28.		Наиболее перспективная в современных условиях модель связей с общественностью: а) двусторонняя симметричная модель б) двусторонняя ассиметричная модель в) модель общественной информации г) модель рекламы	ОПК-2
29.		Особенность пропаганды заключается в ... а) установлении эффективных коммуникаций с представителями деловых кругов, государственных органов власти, финансовых институтов	ОПК-2

		б) том, чтобы заставить людей принять навязываемые точки зрения, отношения или ценности в) том, чтобы договориться с отдельными группами общественности на основе взаимовыгодных условий г) распространении политических точек зрения действующей власти	
30.		Общественные отношения – это ... а) взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий б) отношения между людьми в) отношения между общественными организациями г) процесс передачи информации между источником и получателем	ОПК-2
31.		Дайте определение понятия «краудфандинг».	ПК-13
32.		Дайте определение понятия «субъекты GR».	ПК-13
33.		Дайте определение понятия «медиакоммуникации».	ПК-13
34.		Приведите примеры внутренних стейкхолдеров коммерческой компании.	ПК-13
35.		Дайте определение понятия «астротурфинг».	ПК-13
36.		Дайте определение понятия «объекты GR».	ПК-13
37.		Дайте определение понятия «сокпаппетинг».	ПК-13
38.		Приведите примеры субъектов GR.	ПК-13
39.		Дайте определение понятия «коррупция».	ПК-13
40.		Перечислите GR-технологии, которые включает в себя стратегия прямого взаимодействия с органами государственной власти	ПК-13
41.		Дайте определение понятия «корпоративная социальная ответственность».	ПК-13
42.		Дайте определение понятия «коммуникационный продукт».	ПК-13
43.		Приведите примеры коммерческих субъектов GR.	ПК-13
44.		Дайте определение понятия «стратегическая филантропия».	ПК-13
45.		Охарактеризуйте понятие «клиент» в структуре лоббистских отношений.	ПК-13
46.		Дайте определение понятия «медиарилейшнз».	ПК-13
47.		Дайте определение понятия «убеждение».	ПК-13
48.		Охарактеризуйте специальное мероприятие как инструмент GR-коммуникаций.	ПК-13
49.		Дайте определение понятия «лоббист».	ПК-13
50.		Приведите примеры некоммерческих субъектов GR.	ПК-13
51.		Дайте определение понятия «национальная медиасистема».	ПК-13
52.		Дайте определение понятия «функциональная демократия».	ПК-13

53.		Основное направление работы специалистов подразделений службы PR (в коммерческой организации) а) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства б) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании в) формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей г) выработка стратегии фирмы в области ценообразования д) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы	ПК-13
54.		Сэм Блэк а) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары б) автор фундаментальных трудов по public relations в) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего г) известный экономист	ПК-13
55.		Мероприятия, используемые в PR-практике (выберите три ответа из многих) а) выставки б) снижение цены в) формализация отчетов г) публичные выступления д) конференции е) презентации	ПК-13
56.		Для использования PR в качестве инструмента преодоления внутрифирменных конфликтов необходимо, чтобы ... а) руководство регулярно информировало сотрудников о планах развития организации б) был создан внутрифирменный печатный орган в) предоставлялась достоверная и полная информация, не нарушающая интересы конфликтующих сторон	ПК-13
57.		Исключите лишнюю коммуникационную модель PR а) Двусторонний ассиметричный PR б) Модель общественной информации в) Двусторонний симметричный PR г) Манипулятивная модель	ПК-13

58.		Крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations была организована в ... году. а) 1989 б) 1995 в) 1991 г) 1993	ПК-13
59.		Коммуникация – это... а) связь между людьми, организациями, государствами б) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями в) транспортные пути	ПК-13
60.		Элемент коммуникационного процесса а) указатель б) сигнал в) обратная связь г) направляющий	ПК-13

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на требованиях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, а также если он 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, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, но допустил незначительные ошибки. То есть студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент полностью справился с теоретическим заданием, но не показал умения и навыки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не справился с заданиями и не проявляет значительной активности в собеседовании, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями участвует в собеседовании, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.