

Приложение
к Рабочей программе дисциплины

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики и предпринимательства
(факультет / институт / филиал)

Кафедра университетского менеджмента
и инноваций в образовании
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума Ученого совета
ННГУ
протокол от
«14» декабря 2021 г. № 4

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Теория и практика связей с
общественностью
(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)
Направление подготовки / специальность
38.03.03 Управление персоналом

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Управление человеческими ресурсами

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, очно-заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород
2022 год

Цель фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.В.ДВ.02.01 Теория и практика связей с общественностью». Перечень видов оценочных средств соответствует Рабочей программе дисциплины.

- 1. Фонд оценочных средств включает** контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме тестовых заданий, ситуационных задач) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к экзамену.
- 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)**

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПК-5. Способен разрабатывать проекты социального партнерства при решении задач управления персоналом, в целях повышения социально-экономической эффективности организации.	ИПК-5.3. Разрабатывает бизнес-план и стратегию реализации проекта, ясные и конкретные критерии достижения проектного результата.	<p>Знать подходы к формированию стратегии</p> <p>реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью</p> <p>Уметь реализовывать подходы к формированию стратегии</p> <p>реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью</p> <p>Владеть подходами к формированию стратегии</p> <p>реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью</p>	Тест, кейс, практическое задание
	ИПК-5.4. Подбирает соответствующие инструменты для оценки	<p>Знать инструменты</p> <p>для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с</p>	Тест, кейс, практическое задание

	<p>экономической и социальной</p> <p>эффективности проекта, проводит социально-</p> <p>экономическое обоснование эффективности.</p>	<p>общественностью</p> <p><i>Уметь</i> использовать инструменты</p> <p>для оценки экономической и социальной</p> <p>эффективности проекта в части связей с общественностью</p> <p><i>Владеть</i> инструментами</p> <p>для оценки экономической и социальной</p> <p>эффективности проекта в части связей с общественностью</p>	
<p>УК-3.</p> <p>Способен</p> <p>осуществлять</p> <p>социальное</p> <p>взаимодействие и</p> <p>реализовывать свою</p> <p>роль в команде</p>	<p>ИУК-3.2. Активно участвует в обмене информацией,</p> <p>знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p>	<p><i>Знать</i> методы и приемы обмена информацией,</p> <p>знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p> <p><i>Уметь</i> применять методы и приемы обмена информацией,</p> <p>знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p> <p><i>Владеть</i> методами и приемами обмена информацией,</p> <p>знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p>	<p><i>Тест, кейс, практическое задание</i></p>

3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

3.1. Вопросы к зачёту по дисциплине

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
--------	-----------------------------------

1. Теоретические и методологические основы связей с общественностью	УК-3
2. Основные подходы к определению PR: альтруистический, компромиссный, прагматический.	ПК-5
3. Понятие общественность, целевые аудитории, коммуникация, публичная коммуникация. Паблицитный капитал.	ПК-5
4. PR как управленческая, социально-практическая, рыночная, коммуникативная, технологическая и социоинженерная деятельность.	УК-3
5. Цель и функции PR. Внутренние функции, характерные для PR-отрасли как самодостаточной сферы деятельности (технологические функции и функции собственного продвижения).	ПК-5
6. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.	ПК-5
7. Структура институтов связей с общественностью	УК-3
8. Государственная PR-служба.	ПК-5
9. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы).	ПК-5
10. PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании.	УК-3
11. Профессиональные сообщества PR. Профессиональные PR-сообщества России.	ПК-5
12. Общая характеристика функций и требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью.	ПК-5
13. Этические требования в PR. Этические нормы в работе PR-специалиста. Международные и российские этические кодексы.	УК-3
14. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности.	ПК-5
15. Сферы применения PR. Эволюция моделей PR-коммуникации. Моделирование PR-деятельности. Коммуникативная модель PR-технологий.	ПК-5
16. Теории распространения информации в обществе.	УК-3
17. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.	ПК-5
18. Понятие общественности и аудитория. Типология групп общественности.	ПК-5
19. Главные группы общественности. Определение целевых групп общественности и ключевых аудиторий. Внешняя и внутренняя аудитория. Приоритетные группы общественности.	УК-3
20. Коллективное поведение и общественное мнение: механизмы взаимовлияния.	ПК-5
21. Общественное мнение как социальный институт. Способы учета и использования общественного мнения.	ПК-5
22. Индивид и общественное мнение. Проблема идентификации общественного мнения.	УК-3
23. Идеологии и их роль в функционировании общественного мнения.	ПК-5

24. Социально-психологические основы управления общественным мнением в PR и рекламе.	ПК-5
25. Понятие установки в формировании общественного мнения. Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Личностные факторы управления общественным мнением.	УК-3
26. Создание стереотипов как функция связей с общественностью.	ПК-5
27. Особенности слухов как вида массовой коммуникации и функционирования общественного мнения. Роль СМК в распространении слухов. Психология искажения сообщения в процессе передачи слухов. Борьба со слухами.	ПК-5
28. Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения. Социологические исследования. Коммуникационный аудит. Неформальные исследования. Выборка. Анкетирование. Групповые интервью.	УК-3

3.2. Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.2.1. Задачи для оценки компетенции «УК-3»

Руководитель поручил Вам продумать содержание очередного выпуска внутрикорпоративного издания вашей компании. Отберите те события, о которых можно рассказать сотрудникам. Что включать не стоит? Обоснуйте свой выбор.

Придумайте заголовки для публикаций в вашем издании.

- 1 Один из работников уехал на стажировку в Турцию.
- 2 Из декретного отпуска вышла одна из сотрудниц.
- 3 Два человека получили несерьезные производственные травмы.
- 4 У заместителя директора родился сын.
- 5 В офисе пропала 1000 рублей (из денег на благотворительность)
- 6 Бывшему начальнику исполнилось 70 лет, но его забыли поздравить.
- 7 Всего за месяц уволился один человек, и один был принят на работу.
- 8 На предприятие приезжал генеральный директор из головного офиса. Всего пробыл пять дней, провел проверку. Уехал, о результатах проверки обещал сообщить позднее.
- 9 На предприятии вводится строгий дресс-код со следующего месяца.
- 10 На практику в компанию пришли студенты (всего 5 человек). Пока ходят без дела, больше мешают.

3.2.2. Задания для оценки компетенции «ПК-5»

1. Проанализируйте миссии следующих компаний. Насколько удачно они сформулированы?

Google: «Организовать информацию мира и сделать ее повсеместно доступной и полезной».

Facebook: «Дать людям возможность общаться и сделать мир более открытым и единым».

Kodak: «Мы помогаем миру создавать воспоминания и зарабатывать»

Яндекс: «Помогать людям решать задачи и достигать своих целей в жизни».

Диснейленд: «Мы работаем для того, чтобы взрослые и дети проводили больше времени вместе».

Castorama: «Мы помогаем покупателям сделать свои дома совершеннее и комфортнее,

Преобразовать трудоемкий и затратный обустройства в интересное, доступное каждому увлечение».

2. Рассмотрите следующую проблемную ситуацию и наметьте пути ее разрешения.
На дебатах Вашему кандидату (45 лет) стало плохо – судя по всему, он потерял сознание во время прямого эфира. В СМИ тут же появились домыслы, что кандидат болен, он не в состоянии выдержать даже предвыборную гонку, а что же дальше. Предложите стратегию предвыборной кампании кандидата для минимизации имиджевых потерь.

3.2.3. Контрольная работа для оценки компетенции «Ук-1, ПК-5»

Вариант 1

Анализ рекламной деятельности конкретного предприятия социально-культурной сферы.

Примерный план выполнения:

1. Описание деятельности предприятия
2. Общая характеристика рекламной деятельности предприятия
3. Выводы по уровню развития рекламной деятельности
4. Предложения по совершенствованию рекламной деятельности.

Вариант 2

Проект рекламной компании конкретной услуги предприятия социально-культурной сферы.

Примерный план выполнения:

1. Анализ проблем и ресурсов организации- рекламодателя.
2. Характеристика целевых групп рекламной деятельности
3. Цели и задачи рекламной компании.
4. Формы рекламных коммуникаций
5. Бюджет рекламной компании

Вариант 3

Проект рекламного продукта услуги предприятия социально-культурной сферы.

Примерный план выполнения:

1. Общая информация об услуге, нуждающейся в рекламе.
2. Характеристика целевых аудиторий.
3. Разработка рекламного обращения

4. Проектирование продолжительности и места проведения рекламного мероприятия.

5. Критерии эффективности рекламного мероприятия

3.3. Задания (оценочные средства), выносимые на зачет

3.3.1. Задания для оценки компетенции «УК-3»

1. Проанализируйте действия компании и предложите свои варианты выхода из сложившейся ситуации, опираясь на алгоритм оказания консалтинговых услуг: «В марте 2013 года один из самых известных производителей одежды для йоги Lululemon выпустил в продажу партию черных леггинсов, которые оказались недостаточно плотными и просвечивали. В компанию сразу же поступило множество жалоб от покупателей, партию отозвали, объяснив всё заводским браком, а выпущенные леггинсы распродали со скидками. Акции Lululemon упали почти на 20%, но через какое-то время об этом происшествии забыли. Настоящий скандал разгорелся спустя полгода, когда основатель компании Чип Уилсон в эфире Bloomberg TV объяснил, что, по его мнению, произошло с леггинсами. По его мнению, они подходили только стройным женщинам: «Такие штаны — не для всех. Проблема не в материале, а в том, что у некоторых женщин бедра сильнее трутся о ткань». Уилсона стали обвинять в неэтичности, и на следующий день основателю Lululemon пришлось выпустить видеообращение. В ролике Уилсон извинился, но не столько перед потребителями, сколько перед своими сотрудниками, которым пришлось «иметь дело с неприятными последствиями его действий». Общественность осталась недовольна. О скандале написали мировые СМИ, продажи компании резко упали, и в конце концов Уилсон ушел со своего поста».
2. Фраза «Ваш звонок очень важен для нас, но в настоящий момент все операторы заняты» вызывает лишь раздражение и гнев абонентов. Вот что слышат клиенты авиакомпании Virgin Atlantic: «Здравствуйтесь, меня зовут Ричард Брэнсон, я владелец авиакомпании Virgin Atlantic. Сейчас все операторы заняты. Это непорядок. Давайте поступим следующим образом: если через 18 секунд никто не ответит на Ваш звонок, вы получите скидку 450 фунтов. Я начинаю обратный отсчет – 18, 17, 16, 15...» Клиент слушает и страстно мечтает лишь об одном, чтобы оператор как можно дольше не снимал трубку. Задание: определите, какие задачи внешнего и внутреннего PR были решены с помощью описанного креативного хода.

3.3.2. Задачи для оценки компетенции «ПК-5»

1. Составьте медиакарту одного из СМИ (печатного, электронного, интернет-СМИ), используя следующие пункты: наименование и вид СМИ, наличие свидетельства о государственной регистрации СМИ, учредитель (владелец) СМИ, периодичность выхода, тираж (территория распространения сигнала вещания – для электронных СМИ, посещаемость сайта – для интернет-СМИ), Ф.И.О., служебные контакты редактора, ведущих журналистов, сотрудников коммерческого отдела, стоимость размещения информации на коммерческой основе (с указанием скидок и наценок).

2. Просветительская некоммерческая организация занимается популяризацией исторических сведений среди жителей региона путём проведения публичных лекций известных учёных. Задача: разработать план проведения PR-кампании на текущий календарный год и подготовить смету предполагаемых расходов.

Составители:

_____ К.В. Кемаев

(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Форма экзаменационного билета

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского

Институт/факультет _____

Кафедра _____

Дисциплина _____

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1.
2.
3.

Зав. кафедрой _____

Экзаменатор _____

Примерный перечень оценочных средств
(рекомендуемое)

*преподаватель выбирает из данного перечня **только те** оценочные средства, которые он использует в преподаваемой дисциплине.*

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Задача (практическое задание)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задача (задание) должна быть направлена на оценивание тех компетенций, которые подлежат освоению в данной дисциплине, должна содержать четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий.	Комплект задач и заданий
2	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
4	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально- ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
5	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально- ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс- задачи
6	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов	Вопросы по темам/разделам

		дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	дисциплины
7	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
8	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
9	Курсовая работа	Вид учебной работы обучающегося, направленная на решение учебно-исследовательские задачи, в которой присутствуют элементы самостоятельного научного исследования, выполняемая в рамках конкретной дисциплины, формирующая профессиональные компетенции.	Перечень тем
10	Портфолио	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
11	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать	Комплект разноуровневых задач и заданий

		<p>специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	
14	Расчетно-графическая работа	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
16	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
17	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
18	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных студентом профессиональных навыков и умений по	Комплект заданий для работы на тренажере

		управлению конкретным материальным объектом.	
19	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе