

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Типология PR-текстов**

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	__3__

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Типология PR-текстов» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Типология PR-текстов».

3. Разработчик: И.В. Берёза, доцент департамента медиакоммуникаций.

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

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворите льно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворитель но) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>ПК-1</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-1 ПК-1</i> Знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	Не знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	Не в полной мере знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	В достаточной степени знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	На высоком уровне знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
<i>ИД-2 ПК-1</i> Способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	Не умеет учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	Не достаточно полно умеет учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	Достаточно полно умеет учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	На высоком уровне умеет учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.
<i>ИД-3 ПК-1</i> Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов	Не владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов	Не достаточно полно владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов	Достаточно полно владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и	На высоком уровне владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации

коммуникациии имеющегося мирового и отечественного опыта.	коммуникациии имеющегося мирового и отечественного опыта; не использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникацион ного продукта	коммуникациии имеющегося мирового и отечественного опыта; использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникацион ного продукта	отечественного опыта; использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационн о продукта	имеющегося мирового и отечественного опыта; использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационн о продукта
---	--	---	---	---

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 PR-текста (по Кривоносову А.Д.)	ПК-1
2.		Назовите отличие PR-текста от журналистского текста	ПК-1
3.		Группа жанров, которые оперативно передают ранее неизвестную информацию.	ПК-1
4.	а	Жанры PR-текстов, которые можно отнести к оперативно-новостным жанрам: а) пресс-релиз и приглашение б) пресс-релиз и бэкграундер с) приглашение и бэкграундер d) лист вопросов-ответов и пресс-релиз	ПК-1
5.		Жанры, которые сообщают неоперативную, но актуальную информацию, сопровождающую новостное событие, касающуюся базисного субъекта PR, и предполагают ее анализ, истолкование.	ПК -1
6.		Жанр PR-текста, представляющий расширенную информацию текущего характера о субъекте PR, которая служит цели поддержания публичитного капитала данного базисного субъекта PR.	ПК - 1
7.		Жанровая разновидность PR-текста, позволяющая в форме ответов на возможные или наиболее часто задаваемые вопросы поддерживать публичитный капитал организации (фирмы).	ПК-1
8.		Жанр PR-текста, который наряду с бэкграундером «поддерживает» основную PR-информацию, заключенную в пресс-релизе, и является компонентом пресс-кита.	ПК-1
9.	факт-лист	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Одностраничный _____ включает краткое описание компании и ее продуктивных линий, имена высших менеджеров, месторасположение, текущие цифры продаж, основную продукцию и краткую историю компании».	ПК-1
10.	а	Жанры PR-текстов, которые можно отнести к фактологическим жанрам: а) факт-лист и биография б) факт-лист и бэкграундер с) биография и пресс-релиз	ПК-1

		d) приглашение и факт-лист	
11.		Назовите 3 исследовательских жанра PR-текстов	ПК-1
12.	b	Группа жанров PR-текстов, к которым можно отнести жанр поздравления: a) исследовательско-новостные жанры b) образно-новостные жанры c) фактологические жанры d) оперативно-новостные жанры	ПК-1
13.		Дайте определение «пресс-кит»	ПК-1
14.		Корпоративное (прежде всего внутреннее) периодическое издание, содержащее PR-тексты, собственно журналистские материалы, являющееся одним из инструментов позиционирования или поддержания публичного капитала базисного субъекта PR.	ПК-1
15.		Понятие, обозначающее сообщение, текст любого медийного вида и жанра, которое возникло в XX веке в связи с бурным развитием средств массовой коммуникации (медиа), когда на смену традиционному печатному тексту пришли новые разновидности текстов, связанные с кинематографом, радио, телевидением, видео, интернетом, мобильными телефонами и т.д.	ПК-1
16.	PR-текст	Вставьте пропущенное слово (в именительном падеже). Объем электронного _____, в отличие от традиционного, не ограничен практически ничем, кроме здравого смысла. Благодаря техническим возможностям Интернета современный _____ выходит за рамки собственно текста, представляя собой гипертекст, имеющий нелинейную структуру.	ПК-1
17.		Раскройте содержание понятия «социомедиарелиз»	ПК-1
18.		PR-текст, в котором на основе анализа ряда информационных источников делаются какие-либо обобщения, важные для дальнейшей деятельности субъекта PR и поддержания его публичного капитала	ПК-1

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 положениях, 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.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта