

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
Практикум по речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью

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	1

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Практикум по речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Практикум по речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

3. Разработчик: Е.В. Афанасьева, преподаватель 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 показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенци(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ОПК-2				
<i>ИД-1 ОПК-2</i> Знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Отсутствие знаний в использовании базовых навыков и креативных технологий создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере.	На высоком уровне использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере.
<i>ИД-2 ОПК-2</i> Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.	Отсутствие знаний в использовании тенденции развития общественных и государственных институтов при создании коммуникационного продукта в профессиональной сфере	Не в полной мере использует тенденции развития общественных и государственных институтов при создании коммуникационного продукта в профессиональной сфере	В достаточной степени использует тенденции развития общественных и государственных институтов при создании коммуникационного продукта в профессиональной сфере	На высоком уровне использует тенденции развития общественных и государственных институтов при создании коммуникационного продукта в профессиональной сфере
<i>ИД-3 ОПК-2</i> Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.	Отсутствие базовых навыков и креативных технологий создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	На высоком уровне использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ОПК-5				
<i>ИД-1 ОПК-5</i> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и	Не владеет навыками использования информационных ресурсов при создании ком-	Не достаточно полно владеет навыками использования информационных ресур-	Достаточно полно владеет навыками использования информационных ресурсов при со-	На высоком уровне владеет навыками использования информационных ресурсов

этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	муникационного продукта	сов при создании коммуникационного продукта.	здании коммуникационного продукта.	при создании коммуникационного продукта.
<i>ИД-2 ОПК-5</i> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Не владеет навыками применения технологий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Не в полной мере владеет навыками применения технологий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	В достаточной степени владеет навыками применения технологий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	На высоком уровне владеет навыками применения технологий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

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.	1	Коммуникации соответствует определение: 1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию; 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений; 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений; 4) это средства доведения информации до целевой аудитории;	ОПК -5
2.		Социальная коммуникация — это...	ОПК -5
3.	г	Курс «Основы теории коммуникации» является метатеорией по отношению а) к публичным реляциям; б) психологии массовой коммуникации; в) имиджелогии; г) ко всему перечисленному	ОПК -5
4.	XIX веке	Теория коммуникации сформировалась в ... веке.	ОПК -5
5.		Коренное отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит ...	ОПК -5
6.	3	Обратная связь в процессе коммуникации может быть: 1) директивной и недирективной 2) прямой и косвенной 3) положительной и отрицательной 4) оценочной и безоценочной	ОПК -5
7.	3	Потребность организации не относится к коммуникационной: 1) в информации о ситуации, в которой организация действует 2) в определенном уровне известности 3) в сохранении нормы прибыли 4) в обратной связи	ОПК -5
8.	Жан Жак Руссо	Автором деятельности теории происхождения языка является ...	ОПК -5
9.	1,3	Существуют следующие уровни коммуникации 1) семиотический 2) прагматический 3) синтетический 4) математический	ОПК -5
10.	4	К невербальной коммуникации не относится: 1) проксемика; 2) просодика;	ОПК -5

		3) таксеика; 4) слушание.	
11.	декодирование	Ответная реакция получателя на сообщение источника, что делает коммуникацию двусторонним процессом – это ...	ОПК -5
12.	1,4	К механизмам перцепции в межличностной коммуникации не относится: 1) мифологизация; 2) эмпатия; 3) стереотипизация 4) пропаганда.	ОПК -5
13.	моделирование	К общенаучному методу теории коммуникации относят ...	ОПК -5
14.	4	К функции теории коммуникации не относится: 1) познавательная 2) прогностическая 3) практическая 4) описательная	ОПК -5
15.		Системный подход теории коммуникаций предполагает ...	ОПК -5
16.	2	Крупнейшим представителем социологического направления в изучении коммуникации считается: 1) Н.Винер 2) У. Шрамм 3) У.Юри 4) Г. Лассуэл	ОПК -5
17.		Предметом теории коммуникации выступает ...	ОПК -5
18.		Основным недостатком модели коммуникационного процесса, предложенной Г. Лассуэллом является то, что она ...	ОПК -5
19.	3	Не возникает следующих барьеров при передаче информации: 1) технических; 2) психологических; 3) гуманитарных; 4) психофизиологических;	ОПК -2
20.	4	У каждого коммуниканта вырабатывается свой собственный коммуникативный стиль: 1) доминантный 2) демократичный 3) аргументативный 4) привлекательный	ОПК -2
21.	мимики, позы и жестов	Невербальные сообщения могут быть закодированы посредством ...	ОПК -2
22.	источник	В модели коммуникации создатель сообщения (человек или организация) называется ...	ОПК -2
23.	неформальной	Личная коммуникация в организации на-	ОПК -2

		зывается ...	
24.	Р. Якобсон	Модель речевой коммуникации, учитывающую контекст и код, разработал ...	ОПК -2
25.	«Культура и коммуникация», 1954	Понятие «межкультурная коммуникация» впервые было сформулировано в работе ... в ... году.	ОПК -2
26.		Аккультурация – это ...	ОПК -2
27.	риторические	К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся ...	ОПК -2
28.	4	К средствам невербальной коммуникации относятся: 1) кинесика 2) проксемика 3) такетика 4) все ответы верны	ОПК -2
29.	Общетеоретическом	Всеобщее в природных, социальных и технических системах коммуникативных связей является предметом исследования на ____ уровне обобщения коммуникативного знания.	ОПК -2
30.		Что является предметом изучения биологической теории коммуникации?	ОПК -2
31.	Б	Существуют три основные характеристики общения. Какая лишняя: А) коммуникативная; Б) информационная; В) перцептивная; Г) интерактивная.	ОПК -2
32.		Процесс общения включает в себя ...	ОПК -2
33.		Какие виды общения можно выделить в зависимости от используемой техники общения, его целей, особенностей личности?	ОПК -2
34.	В	К функциям коммуникации НЕ относятся: А) рекреационная; Б) информационная; В) координационная; Г) мотивационная; Д) объединяющая; Е) социальная; Ж) интегрирующая; З) экспрессиональная; И) контрольно-регулирующая.	ОПК -2
35.		Общение порождает ряд социально-психологических механизмов, таких как ...	ОПК -2
36.	Б, В	В зависимости от средств общения различают: А) коммуникативное общение; Б) невербальное общение; В) вербальное общение; Г) личностное общение.	ОПК -2

37.		Назовите и охарактеризуйте основные функции языка.	ОПК -2
38.		Что такое модель коммуникации?	ОПК -2
39.		Охарактеризуйте информационную-кодовую модель коммуникации.	ОПК -2
40.		Что такое коммуникативная компетентность?	ОПК -2
41.		Общение – это...	ОПК -2
42.	Коммуникация	_____ – это процесс, в ходе которого люди, группы людей или организации обмениваются информацией.	ОПК -2
43.		Что такое язык в коммуникации?	ОПК -2
44.	Трансакция	_____ – единица общения, состояние Я – относительно независимое и обособленное во внутреннем мире человека совокупность эмоций, установок и схем поведения.	ОПК -2
45.		Речевой такт – это ...	ОПК -2
46.	2, 4	Выберете несколько верных вариантов ответа. К основным функциям интонации можно отнести: 1) противопоставление высказываний по их цели; 2) членение потока речи на линейные единицы разных уровней сложности и автономности; 3) выражение отношения говорящего к высказыванию; 4) выделение той или иной единицы из числа однородных	ОПК -2
47.	художественный	Стиль речи, воздействующий на слушателей и читателей эмоционально и в то же время передающий определённую информацию – это стиль ...	ОПК -2
48.	3	Жанр рекламной статьи относят к следующему функциональному стилю: 1) разговорному; 2) научному; 3) публицистическому; 4) официально-деловому	ОПК -2
49.	А, В, Г	Комплекс маркетинговых коммуникаций включает в себя: А) стимулирование сбыта; Б) единое финансирование кампании; В) прямой маркетинг; Г) личные продажи.	ОПК -2
50.	А, Б, В	Элементы, составляющие механизм любого коммуникационного процесса – это ...	ОПК -2
51.	Г	Что не входит в иерархию задач коммуникатора: А) выбор средства распространения ин-	ОПК -2

		формации для проведения как личной, так и неличной коммуникации; Б) оценка эффективности рекламной кампании; В) выявление целевой аудитории и ее характеристик; Г) распределение финансирования кампании	
52.		Назовите виды маркетинговых коммуникаций.	ОПК -2
53.	Г, Е	Инструментами интегрированных коммуникации не являются следующие: А) реклама; Б) стимулирование сбыта; В) сервисное обслуживание; Г) дизайн сообщения; Д) паблик рилейшнз; Е) целевая аудитория; Ж) спонсорство.	ОПК -2
54.	Спонсорство, спонсор	Одним из эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций является _____, посредством которого _____ в обмен на свои средства получает те или иные информационно-коммуникационные ресурсы, используемые, как правило, для решения рекламных и PR-задач.	ОПК -2
55.	Интернет-реклама	По мнению Д.А. Шахова ... – это «целенаправленная коммуникативная деятельность, основанная на всестороннем воздействии в интернет-среде, с целью активизации интереса и действий к объекту рекламы, с другой стороны, и получения прибыли или благ – с другой».	ОПК -2
56.	1) идентификация целевой аудитории; 2) определение целей коммуникации; 3) дизайн сообщения; 4) выбор канала передачи сообщения; 5) установление обратной связи.	Расположите в правильной последовательности 5 этапов, составляющих процесс разработки маркетинговой коммуникации. А) установление обратной связи; Б) определение целей коммуникации; В) выбор канала передачи сообщения; Г) идентификация целевой аудитории; Д) дизайн сообщения	ОПК -2
57.		Интегрированные маркетинговые коммуникации – это...	ОПК -2
58.		Перечислите основные стратегии общения.	ОПК -2
59.		Что такое невербальная коммуникация?	ОПК -2
60.		Перечислите пять подсистем невербального общения.	ОПК -2
61.		В.Б. Кашкин дает следующее рабочее определение термину «коммуникация»	ОПК -2

		– ...	
62.		Назовите типы социальных коммуникаций.	ОПК -2
63.		Глобальная коммуникация – это ...	ОПК -2
64.		Что такое массовая коммуникация?	ОПК -2
65.	активные и пассивные	По инициативности коммуникаторов коммуникации подразделяются на ... и ...	ОПК -2
66.	вербальные и невербальные	В зависимости от используемых знаковых систем коммуникации подразделяются на ... и ...	ОПК -2
67.		Дайте определение понятия «дискурс».	ОПК -2
68.		Охарактеризуйте линейную модель коммуникации Шеннона-Уивера.	ОПК -2

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 предусмотрена 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 студенту, если он использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в достаточной степени использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; в достаточной степени владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он в недостаточной степени использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; в недостаточной степени владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; не владеет базовыми навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта.