

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
Теория и практика связей с общественностью

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественно- стью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2, 3

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Теория и практика связей с общественностью».

3. Разработчик: Е.А. Побединская, 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 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
<i>ОПК-4</i>				
<i>ИД-1 ОПК-4</i> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Не способен соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Не в полной мере способен соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	В достаточной степени способен соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	На высоком уровне способен соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
<i>ИД-2 ОПК-4</i> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Не способен использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Не в полной мере способен использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	В достаточной степени способен использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	На высоком уровне способен использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

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

Но- мер за- да- ния	Правильный от- вет	Содержание вопроса	Компетенция
2 семестр			
1.	с	В настоящее время существует: а) более 10 определений связей с общественностью б) около 70 определений связей с общественностью с) более 100 определений связей с общественностью	ОПК-4
2.	а	Применительно к связям с общественностью СМИ - это: а) основные каналы распространения PR-информации б) каналы, которые транслируют PR-информацию только за деньги с) источник получения маркетинговой информации о рынке и конкурентах	ОПК-4
3.	d	Закон, полностью регламентирующий сферу связей с общественностью в РФ: а) был принят в 1998 году б) утвержден в 2001 году с) был одобрен Государственной Думой РФ в 2013 году d) отсутствует	ОПК-4
4.	общественностью	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Любая группа людей (а также отдельных индивидов), в той или иной степени связанная с жизнедеятельностью организации называется	ОПК-4
5.	Томас Джефферсон	Впишите пропущенные слова в нужном падеже. Автором термина «паблик рилейшнз» является....	ОПК-4
6.	Филип Котлер	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Напишите имя и фамилию известного маркетолога, выделившего пятую «пи» для успеха реализации маркетинговой стратегии	ОПК-4
7.	печатный станок	Впишите пропущенное словосочетание в нужном падеже. В XV веке Гутеннберг изобрел ... и это оказало влияние на развитие связей с общественностью.	ОПК-4
8.	с	Паблисити – это а) это термин, обозначающий взаимодействие рекламы и связей с общественностью б) уникальный знак, указывающий на принадлежность книги определенному лицу с) формирование известности бренда или отдельного лица с помощью упоминаний в СМИ d) это отрезок бумаги размером 15 на 23 сантиметра, с выделенным крупным шрифтом началом первой строки, заменявшим заголовок	ОПК-4
9.	выставка	Впишите пропущенное слово в нужном падеже.	ОПК-4

		Публичная демонстрация изделий промышленности, продуктов сельского хозяйства, произведений искусства и других объектов, которая сосредоточена на отведенном для этого пространстве и которая продолжается определенное время, способствует продвижению товаров или отрасли – это	
10.	4 «пи»	Впишите пропущенное словосочетание в нужном падеже. Product, price, place, promotion означают	ОПК-4
11.	интервью	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Беседа в форме вопросов и ответов называется ...	ОПК-4
12.	переговоры	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Способ урегулирования конфликтных ситуаций и разрешения противоречий на основе поиска компромиссов и снятия взаимных обвинений участвующих сторон, называется...	ОПК-4
13.	Айви Ли	Впишите пропущенное словосочетание в нужном падеже. Напишите имя и фамилию основателя направления «Коммуникации в условиях кризиса», благодаря которому общественность поменяла мнение о Дж. Рокфеллере	ОПК-4
14.	Ведомости	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Первая газета в России, которую начали издавать в 1703 г. По указы Петра I называлась –	ОПК-4
15.	миссия	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. PR-информация, которая в лаконичной и яркой форме отражает основное предназначение организации, ее главные цели, а также возможности функционирования в интересах определенных групп общественности – это	ОПК-4
16.	общественное мнение	Впишите пропущенное словосочетание в нужном падеже. Коллективное оценочное суждение той или иной группы общественности по поводу социально значимых проблем, в котором проявляется ее отношение к событиям и фактам, связанным с деятельностью базисного субъекта PR – это	ОПК-4
17.	Лиссабонский	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Генеральная ассамблея Европейской конфедерации PR приняла кодекс профессионального поведения под названием	ОПК-4
18.	Пропаганда	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Работа Э. Бернейза, 1928 года, посвященная соотношению пропаганды и паблик рилейшнз, называется...	ОПК-4
3 семестр			
1.	внешняя	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Пресса, клиенты, жители ближайшей к организации местности, поставщики – эта общественность называется...	ОПК-4
2.	слух	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Сообщение (исходящее от одного или более лиц), о	ОПК-4

		некоторых событиях, еще ничем не подтвержденных, устно передающееся в массе людей от одного лица к другому – это...	
3.	стереотип	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Схематическое, оформленное в «стандарт» восприятие социального или культурного явления, обладающее большой устойчивостью – это	ОПК-4
4.	с	Билл Кантор является автором: а) пятой «пи» б) модели двусторонней симметричной коммуникации с) перечня качеств, необходимых для успеха в публичной риторике д) книги «Пропаганда» е) классификации групп общественности	ОПК-4
5.	а	Профессиональные организации PR по связям с общественностью являются показателем (выберите один ответ): а) развития профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью б) развития групп целевых аудиторий с) правильного выбора PR-стратегии д) формирования общественного мнения е) развития антикризисных коммуникаций	ОПК-4
6.	медиапланирование	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Искусство грамотно планировать размещение PR-материалов и рекламы в СМИ называется ...	ОПК-4
7.	пресс-релиз	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Информационное сообщение, содержащее важную новость – это	ОПК-4
8.	бэкграундер	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Информационный PR материал для СМИ, представляющий информацию об организации, её профиле, продуктах и услугах, истории создания, развития и т.д. –	ОПК-4
9.	авторская	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Статья, подготовленная PR-службой и подписанная руководителем или другим должностным лицом организации называется –	ОПК-4
10.	лид	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Первый абзац пресс-релиза, содержащий сжатую информацию называется...	ОПК-4
11.	имидж	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа образ организации, политика и т.п. - это	ОПК-4
12.	связи с общественностью	Впишите пропущенное словосочетание в нужном падеже. Наука и искусство, коммуникативная деятельность, направленные на формирование и поддержание гармоничных и доброжелательных отношений между	ОПК-4

		субъектом (личность, организация, учреждение, партия, регион) и общественностью на основе информации – это...	
13.	приглашение	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Распространяемый путем прямой или личной рассылки, а также через СМИ текст о новостном событии (мероприятии), касающемся базисного субъекта PR, в котором адресату (конкретному лицу или организации) предлагается принять участие называется	ОПК-4

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.

3. Критерии оценивания компетенций*

Код компетенции ОПК-4 (Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности)

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в достаточной степени применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если не в полной мере присутствует система знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если у него отсутствует системы знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.