

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54
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 Алёна Григорьевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
GR-коммуникации

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественно- стью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	8

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «GR-коммуникации» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины «GR-коммуникации»
3. Разработчики: Е.А. Заможных, доцент департамента медиакоммуникаций.
4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:

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: Срыбная 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) «Реклама в системе массовых коммуникаций», «PR в государственных и бизнес-структурах», «PR и реклама в сети интернет» 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 (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке				
Результаты обучения по дисциплине: ИД-1 УК-4 выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах;	Не знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиaproдуктах, не используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиaproдуктах, не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиaproдуктах, использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	На высоком уровне знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиaproдуктах, использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ИД-2 УК-4 использует информационно-коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках;	Не умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Не достаточно полно умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Достаточно полно умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	На высоком уровне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития
ИД-3 УК-4 оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном и иностранном языках, производит	Не владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, не используют базовые навыки и креативные технологии	Не достаточно полно владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, не использует	Достаточно полно владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, использует	На высоком уровне владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, использует

выбор оптимальных.	создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ПК-1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта				
ИД-1 ПК-1 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 достаточно знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	Достаточно полно 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.
ИД-2 ПК-1 Способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	Не способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью	Не достаточно способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью	Достаточно хорошо способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью	На высоком уровне способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании тексты рекламы и связей с общественностью
ИД-3 ПК-1 Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта.	Не владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта	Не достаточно владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта	Достаточно хорошо владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта	На высоком уровне владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта

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 ответ	Содержание вопроса	Компе- тенция
1.		Дайте определение понятия «паблисити».	УК-4
2.		Дайте определение понятия «политическая реклама».	УК-4
3.		Сформулируйте цель GR-департамента.	УК-4
4.		Дайте определение понятия «консалтинг».	УК-4
5.		Дайте определение понятия «GR-менеджер».	УК-4
6.	a	<p>Какая модель организации GR-деятельности характерна для ранних этапов развития компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Когда GR занимается первое лицо компании непосредственно; b) Когда GR занимается заместитель руководителя; c) Когда GR занимается департамент по отношениям с органами государственной власти; d) Когда GR занимается советники, помощники первого лица по отношениям с органами государственной власти. 	УК-4
7.		Дайте определение понятия «дебаты».	УК-4
8.		Дайте определение понятия «public affairs».	УК-4
9.	b	<p>Какой аббревиатурой обозначается область информационного взаимодействия с госорганами</p> <ul style="list-style-type: none"> a) «b2b» b) «GR» c) «b2c» d) «PR-p» 	ПК-1
10.		Дайте определение понятия «пресс-конференция».	ПК-1
11.		Дайте определение понятия «коммуникативная тактика».	ПК-1
12.		Дайте определение понятия «коммуникативная стратегия».	ПК-1

13.		Перечислите технологии GR-коммуникации	ПК-1
14.		Дайте определение понятия «issues management».	ПК-1
15.		Дайте определение понятия «краудсорсинг».	ПК-1
16.		Дайте определение понятия «филибастер».	ПК-1
17.		Перечислите формы работы GR-департамента с органами государственной власти.	ПК-1
18.		Перечислите типы деловых ассоциаций коммерческих компаний.	ПК-1
19.		Приведите примеры внешних стейкхолдеров коммерческой компании.	ПК-1
20.		Дайте определение понятия «лицо, принимающее решение».	УК-4
21.		Что такое департамент по связям с органами государственной власти?	УК-4
22.		Дайте определение понятия «технологический субъект GR».	УК-4
23.		Дайте определение понятия «PR».	УК-4
24.		Дайте определение понятия «зелёный камуфляж».	УК-4
25.		Дайте определение понятия «краудфандинг».	УК-4
26.		Дайте определение понятия «субъекты GR».	УК-4
27.		Дайте определение понятия «медиакоммуникации».	ПК-1
28.		Приведите примеры внутренних стейкхолдеров коммерческой компании.	ПК-1
29.		Дайте определение понятия «астротурфинг».	ПК-1
30.		Дайте определение понятия «объекты GR».	ПК-1
31.		Дайте определение понятия «сокпаппетинг».	ПК-1
32.		Приведите примеры субъектов GR.	ПК-1
33.		Дайте определение понятия «коррупция».	ПК-1
34.		Перечислите GR-технологии, которые включает в себя стратегия прямого взаимодействия с органами государственной власти	ПК-1
35.		Дайте определение понятия «корпоративная социальная ответственность».	ПК-1
36.		Дайте определение понятия «коммуникационный продукт».	ПК-1

37.		Приведите примеры коммерческих субъектов GR.	УК-4
38.		Дайте определение понятия «стратегическая филантропия».	УК-4
39.		Охарактеризуйте понятие «клиент» в структуре лоббистских отношений.	УК-4
40.		Дайте определение понятия «медиаарилейшнз».	УК-4
41.		Дайте определение понятия «убеждение».	УК-4
42.		Охарактеризуйте специальное мероприятие как инструмент GR-коммуникаций.	УК-4
43.		Дайте определение понятия «лоббист».	УК-4
44.		Приведите примеры некоммерческих субъектов GR.	ПК-1
45.		Дайте определение понятия «национальная медиасистема».	ПК-1
46.		Дайте определение понятия «функциональная демократия».	ПК-1
47.		Перечислите и охарактеризуйте технологии лоббизма.	ПК-1
48.	b	Воздействие GR-менеджера на органы государственной власти – это: а) Цель. б) Задача. с) Функция. д) Принцип.	УК-4
49.		Дайте определение понятия «органы государственной власти».	УК-4
50.		Дайте определение понятия «GR-технология».	УК-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

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах.

Умеет на высоком уровне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития и умеет использовать их на практике.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах.

Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах.

Умеет частично освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Частично владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах.

Не умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.

Не владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.