

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2023 10:31:20
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Говолжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры
Социальные технологии и
гуманитарные науки»

Протокол от 25.06...2023 № 10

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

Основы медиарилейшнз

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата,
бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О.В. к.с.н., доцент
ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК 1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- методы и инструменты тактического планирования коммуникаций;
- рынок СМИ, специфику СМИ отрасли;
- принципы и технологии взаимодействия со СМИ;
- технологии организации мероприятий, целью которых является коммуникация

Уметь:

- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- планировать и организовывать системы коммуникации организации
- организовывать взаимодействия со средствами массовой информации

Владеть:

- навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в рамках развития отношений со СМИ

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	ТЕМА 1. МЕДИАРИЛЕЙШНЗ КАК НАПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ПК 1
2	ТЕМА 2. НОВЫЕ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ	ПК 1
3	ТЕМА 3. УСТАНОВЛЕНИЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ СО СМИ	ПК 1
4	ТЕМА 4. СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОТОКА	ПК 1
5	ТЕМА 5. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ	ПК 1

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: зачет

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Перечень вопросов для подготовки к зачету

ПК 1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

1. Понятие и сущность медиарилейшнз.
2. Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации.
3. Типология современных СМИ.
4. Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента.
5. Новостное производство
6. Смысловое позиционирование информационных материалов
7. Управление информационным потоком: make story
8. Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence.
9. Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке.

10. Традиционные мероприятия для СМИ.
11. Пресс-конференция, брифинг, пресс-тур.
12. Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа.
13. Создание медийного резонанса.
14. Создание инфоповода.
15. Технологии взаимодействия пресс-службы с целевыми аудиториями.
16. Работа с негативными материалами.
17. «Лояльность» определенных журналистов и СМИ той или иной компании.
18. Установление взаимовыгодных отношений со СМИ.
19. Пространство конвергентных СМИ.
20. Пространство социальных сетей.