

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Лариса Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:19
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании

Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

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. доцент, высшая школа туризма и социальных технологий, к.с.н., доцент

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

1. Паспорт фонда оценочных средств

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:

владеть навыками:

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

уметь:

- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

- планировать и организовывать системы коммуникации организации;

- организовывать взаимодействия со средствами массовой информации;

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.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
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.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«не зачтено»
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«зачтено»
		70-85,9	«зачтено»
Повышенный	86-100	86-100	«зачтено»

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов и заданий 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.