

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Реклама и связи с общественностью в деятельности
государственных структур»**

для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в государственном
и муниципальном управлении

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Семестр \ Наименование дисциплины	1	2	3	4	5	6	7	8
ОПК-5 Владение умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия								
Б1.Б.18 Теория и практика массовых коммуникаций	+	+	+	+	+			
Б1.Б.21 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							+	
Б1.В.ОД.2 Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур							+	
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-2 Владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы								
Б1.Б.18 Теория и практика массовых коммуникаций	+	+	+	+	+			
Б1.Б.21 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							+	
Б1.В.ОД.2 Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур			+					
Б1.В.ДВ.2.1 Управление пресс-службой в государственной организации						+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК- 6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации								

Б1.Б.7 Психология				+				
Б1.Б.14 Основы теории коммуникации	+							
Б1.Б.17 Психология массовых коммуникаций							+	
Б1.Б.18 Теория и практика массовых коммуникаций	+	+	+	+	+			
Б1.Б.19 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)		+	+					
Б1.Б.22 Основы маркетинга				+	+			
Б1.В.ОД.3 Практический курс профессионального перевода (китайский язык)						+	+	
Б1.В.ОД.4 Дополнительный язык (китайский язык)		+	+	+				
Б1.В.ОД.5 Теория перевода (китайский язык)					+			
Б1.В.ДВ.3.1 Практикум (китайский язык)						+	+	
Б1.Б.16 Теория и практика связей с общественностью	+	+	+	+	+			
Б1.В.ОД.2 Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур			+					
Б1.В. ДВ.3.2 Практика культуры речевого общения					+	+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий								

Б1.Б.8 Социология	+							
Б1.Б.14 Основы теории коммуникации	+							
Б1.Б.15 Социология массовых коммуникаций					+	+		
Б1.Б.22 Основы маркетинга				+	+			
Б1.Б.16 Теория и практика связей с общественностью	+	+	+	+	+			
Б1.Б.27 Менеджмент избирательной кампании						+		
Б1.В.ОД.1 Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур			+					
Б1.В.ДВ.3.2 Практика культуры речевого общения					+	+		
Б1.В.ОД.3 Практический курс иностранного языка	+	+	+	+				
Б1.В.ДВ.3 Общественно-политический перевод							+	
Б1.В.ОД.3 Практический курс профессионального перевода (китайский язык)						+	+	
Б1.В.ОД.4 Дополнительный язык (китайский язык)		+	+	+				
Б1.В.ОД.5 Теория перевода (китайский язык)					+			
Б1.Б.16 Теория и практика связей с общественностью	+	+	+	+	+			
Б1.В.ОД.3 Практический курс профессионального перевода (китайский язык)						+	+	
Б1.В.ОД.4 Дополнительный язык (китайский язык)		+	+	+				

Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
--------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---

* В качестве этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определены семестры.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ОПК-5	Умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - основы психологии и конфликтологии, юриспруденции. - основ деловой этики - методов и технологий делового администрирования - принципов маркетинговых коммуникаций - принципов и технологий взаимодействия со СМИ - Технологий подготовки и проведения презентаций - технологии организации мероприятий, цель которых - коммуникация
		Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - Определять и анализировать среду для коммуникаций - осуществлять тренинг спикера - общаться с клиентами в публичных информационных системах, публичными персонами, лидерами общественного мнения
		Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с аудиторией - навыками организации мероприятий - навыками публичных презентаций и выступлений - владение техниками деловых переговоров - навыками работы с продакшн-компаниями - умением выстраивать коммуникацию с чиновниками

В рамках данной дисциплины формируется первый, второй и третий компонент компетенции ОПК-5.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>знать основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;</p> <p>технологии создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p> <p>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</p> <p>- концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR-кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</p> <p>уметь применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампаний,</p>

		<p>решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей,</p> <p>· ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p> <p>· быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать и убеждать других;</p> <p>· выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере</p> <p>· владеть основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации.</p>
--	--	--

		<p>Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности. - методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования
--	--	--

В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-6.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	<p>знать виды коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных

		<p>особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков;</p> <p>- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации</p> <hr/> <p>уметь учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>- осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности;</p> <p>- создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной</p>
--	--	--

		<p>безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; <p>осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ.</p> <p>владеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе; - навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.
--	--	---

В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-7.

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)

Компетенции	Показатели	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-5	Знать	- основы психологии и конфликтологии, юриспруденции. - основ деловой этики	-методы и технологии делового администрирования -принципы маркетинговых коммуникаций - знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ	- технологии подготовки и проведения презентаций -технологии организации мероприятий, цель которых - коммуникация	Устный опрос Письменный отчет.
	Уметь	-Определять и анализировать среду для коммуникаций	- общаться с клиентами в публичных информационных системах, публичными персонами, лидерами общественного мнения	-осуществлять тренинг спикера	- ситуационные задачи
	Владеть	- навыками работы с аудиторией - владение техниками деловых переговоров	- навыками организации мероприятий - навыками публичных презентаций и выступлений	- навыками работы с продакшн-компаниями - умением выстраивать коммуникацию с чиновниками	Устный опрос, ситуационные задачи

ПК-2	Знать	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру, виды, средства, формы и методы массовых коммуникаций в рыночной среде; основы психологии массовых коммуникаций; - технологию организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации на внутреннем и на международном уровнях. - историю отечественной и зарубежной журналистики; - роль и место СМИ в социальной системе российского общества; журналистики и содержание кодексов профессиональной этики; 	<ul style="list-style-type: none"> - технику и основные полиграфические процессы, технологию оформления газеты; принципы организации работы редакции, ее структуру, способы руководства и планирования деятельности журналистских коллективов. 	<ul style="list-style-type: none"> - особенности консалтинга в связях с общественностью как коммуникационного процесса, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. - готовностью учитывать особенности консалтинга в связях с общественностью как коммуникационного процесса, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации 	Устный опрос, Письменный отчет.
------	-------	--	--	---	---------------------------------

	<p>Уметь</p>	<p>- провести обзор публикаций в различных СМИ, дать им оценку; написать заметку, репортаж, корреспонденцию, интервью, рецензию, отчет и другие материалы; работать с диктофоном, видеотехникой; владеть на уровне пользователя компьютерными средствами, применяемыми в журналистской деятельности.</p>	<p>- выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; - анализировать экономические показатели деятельности фирмы и организации - ориентироваться в сложностях организации и оперативном планировании своей деятельности и деятельности фирмы и организации при выходе на международные рынки</p>	<p>- ориентироваться в сложностях организации и оперативном планировании своей деятельности и деятельности фирмы и организации при выходе на международные рынки - документально оформить отношения с государственными органами (составить запрос, написать заявление о регистрации СМИ и др.); - учитывать особенности консалтинга в связях с общественностью как коммуникационного процесса, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</p>	<p>Конспект , доклад</p>
--	--------------	--	---	---	--------------------------

	<p style="text-align: center;">Владеть</p>	<p>- навыками: использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, - обладать способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.</p>	<p>- методикой анализа экономических показателей деятельности фирмы и организации. - спецификой ведущих журналистских жанров, включая информационные жанры и аналитические;</p>	<p>- навыками по организации и оперативному планированию деятельности фирмы и организации с учетом анализа результатов экономических показателей на внутреннем и международном уровнях основами эффективного использования СМИ в работе корпоративных связей с общественностью; навыками журналистской профессии, а также ее особенностей в различных видах средств массовой информации;</p>	<p style="text-align: center;">Устный опрос, ситуационные задачи</p>
--	--	--	---	--	--

ПК-6	Знать	<p>- основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль PR-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы; виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</p>	<p>- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p>	<p>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. - концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</p>	Собеседование. Письменный отчет.
------	-------	---	--	---	----------------------------------

	Уметь	<p>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей,</p>	<p>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p>	<p>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно</p>
--	-------	---	---	---

	Владеть	<p>- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;</p>	<p>- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;</p> <p>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p>	<p>- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;</p> <p>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p> <p>- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности.</p> <p>- методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с</p>
--	---------	--	---	--

ПК-7	Знать	<p>- виды коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>- виды коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>- виды коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>- теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков;</p> <p>- место и роль массовой информации,</p>	ый отчет.
------	-------	---	---	--	-----------

	Уметь	<p>- учитывать результаты исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>- учитывать результаты исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>- учитывать результаты исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>- осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности;</p> <p>- создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для</p>	индивиду
--	-------	--	--	---	----------

	Владеет	<p>- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований</p>	<p>- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований</p> <p>- готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований</p> <p>- готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>- общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом</p> <p>- принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе;</p> <p>- навыками журналистского творчества; основами</p>	
--	---------	---	---	---	--

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Роль рекламы и СО в деятельности госструктур.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Конспект по вопросам темы
2	Общественное мнение как активный субъект государственного управления.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Опрос по вопросам темы
3	Взаимодействие государственных учреждений с общественностью как направление PR (public affairs)	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Опрос по вопросам темы
4	Взаимодействие государственных учреждений со СМИ (media relations).	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Доклад по вопросам темы. Опрос по вопросам темы
5	Специфика рекламы государственных структур. Организационные основы, цели задачи социальной рекламы.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Опрос по вопросам темы
6	Роль и значение политической рекламы в государственном управлении.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Конспект по вопросам темы
7	Интернет-среда и новые политико-коммуникационные технологии в деятельности государственных структур.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Ситуационные задачи
8	Организация и проведение специальных мероприятий (SPECIAL EVENTS). Реализация PR-проектов и PR-программ.	ОПК5; ПК-2, 6, 7,	Доклад по вопросам темы Опрос по вопросам темы

Критерии и шкала оценивания докладов

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Выставляется студенту, если доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Использованы дополнительные источники информации. Содержание заданной темы раскрыто в полном объеме.

	Отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Оформление работы, соответствует предъявляемым требованиям. Оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, представлена впервые)
«не зачтено»	Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий. Содержание доклада ограничено информацией. Заданная тема доклада не раскрыта, основная мысль сообщения не передана.

Критерии и шкала оценивания ответов устного опроса

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Обучающийся полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
«не зачтено»	Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке материала.

Критерии и шкала оценивания ситуационных задач

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Ответ на вопросы задачи дан правильно Объяснение хода её решения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями (в том числе из лекционного курса) Ответы на дополнительные вопросы верные, чёткие
«не зачтено»	Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке материала.

Критерии и шкала оценивания конспекта

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Умение проводить смысловую группировку текста, выделять основополагающие идеи, Умение создавать на основе выделенной в тексте информации схемы, таблицы, конспекты.
«не зачтено»	Конспект не понятен, информация излагается не доступно, безграмотно, с стилистическими, орфографическими и др. ошибок.

2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций

«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на 85% и более тестовых заданий. Правильно выполнил задания кейса. Ответил на все дополнительные вопросы	Эталонный
	Обучающийся правильно ответил на 70% и более тестовых заданий. С небольшими неточностями выполнил задания кейса. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Стандартный
	Обучающийся правильно ответил на 60% и более тестовых заданий. С существенными неточностями выполнил задания кейса. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Пороговый
«не зачтено»	Обучающийся ответил менее, чем на 60% тестовых заданий. При выполнении заданий кейса продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Составление конспектов по темам:

- Роль рекламы и СО в деятельности госструктур.
- Роль и значение политической рекламы в государственном управлении
- История государственного управления в России.
- Система государственного управления в современной России.
- Связи государственных структур с общественностью в разные исторические периоды общественного развития. Философия и идеология связей с общественностью.
- Открытость и демократичность государственной службы как фактор эффективности связей с общественностью.
- Механизмы влияния на общественное мнение о государственной структуре.
- Классификация внешних и внутренних коммуникаций государственных структур.
- Специфические особенности коммуникативных средств государственных структур.
- Стратегия государства в отношении гражданского общества, реализуемая в деятельности PR-служб органов государственной власти.

Темы докладов:

- Взаимодействие государственных учреждений со СМИ (media relations).
- Организация и проведение специальных мероприятий (SPECIAL EVENTS).
Реализация PR-проектов и PR-программ
- Организация работы пресс-центров и пресс-служб в госаппарате.
- Процедуры коммуникации с журналистским пулом. Форматы пресс-мероприятий и их особенности.
- Эффективность формирования публичности представительного органа власти
- Технологии избирательных кампаний
- Концептуальные основы SPECIAL EVENTS государственной структуры.
- Современные event-технологии.
- Роль event-мероприятий в формировании корпоративной культуры.
- Event-мероприятие как PR-проект.
- Технологические особенности PR-проектов и PR-программ государственных структур.

Ситуационные задачи по темам:

Интернет-среда и новые политико-коммуникационные технологии в деятельности государственных структур.

Проведение опросов по темам:

- Организация и проведение специальных мероприятий (SPECIAL EVENTS).
Реализация PR-проектов и PR-программ.
- Общественное мнение как активный субъект государственного управления.
- Взаимодействие государственных учреждений с общественностью как направление PR (public affairs)
- Взаимодействие государственных учреждений со СМИ (media relations).
- Специфика рекламы государственных структур. Организационные основы, цели задачи социальной рекламы.
- Общественное мнение как активный субъект государственного управления.
- Взаимодействие государственных учреждений с общественностью как направление PR (public affairs)
- Взаимодействие государственных учреждений со СМИ (media relations).
- Специфика рекламы государственных структур. Организационные основы, цели задачи социальной рекламы.
- Организация и проведение специальных мероприятий (SPECIAL EVENTS).
Реализация PR-проектов и PR-программ.

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

В данном разделе представляются теоретические вопросы (для оценки знаний), типовые контрольные задания (для оценки умений), типовые практические задания (для оценки навыков и (или) опыта деятельности).

Вопросы к зачёту:

1. История возникновения связей государства с общественностью.
2. Роль рекламы и СО в деятельности госструктур.
3. Место рекламы и PR в государственном управлении.
4. Модели связей с общественностью: властвования и подчинения, переходная и управленческая.
5. Управление информационным обменом.
6. Виды коммуникаций, используемых в государственном управлении.
7. Взаимодействие государственных учреждений с общественностью как направление PR (public affairs).
8. Коммуникации, методы и формы взаимодействия государственных структур с общественностью.
9. Функции отделов информации и связей с общественностью в государственных структурах.
10. Пресс-служба государственной структуры: определение понятия, организация, структура, предназначение.
11. Задачи, функции, направления деятельности пресс-службы государственной структуры.
12. Формы и методы работы пресс-службы госучреждений со СМИ.
13. Взаимодействие государственных учреждений со СМИ (media relations).
14. Противодействие негативной информации в СМИ.
15. Специфика рекламы государственных структур.
16. Организационные основы, цели задачи социальной рекламы государственной структуры.
17. Роль и значение социальной рекламы в государственном управлении. Классификация социальной рекламы.
18. Роль и значение политической рекламы в государственном управлении.
19. Политическая реклама как форма политической коммуникации.
20. Принципы и функции политической рекламы государственной структуры .
21. Виды и средства политической рекламы.
22. Особенности взаимодействия пресс-служб госструктур с общественностью.
23. Связи с общественностью властных госструктур. Модели связей с общественностью.
24. Понятие общественности. Классификация групп общественности.
25. Общественное мнение как активный субъект государственного управления.
26. Формирование общественного мнения о государственной структуре.
27. Особенности интернет-коммуникаций государственных структур.
28. Организация и проведение специальных мероприятий (SPECIAL EVENTS).

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Доклад	Защита докладов предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему докладов и требования, предъявляемые к их выполнению и защите
Ситуационная задача	Выполнение ситуационной задачи осуществляется на практическом занятии. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему, количество заданий и время выполнения заданий. Результаты решения задач оформляются студентами самостоятельно и сдаются на проверку преподавателю В решении задачи формируется авторское понимание проблемы, основанные на анализе фактов существующих проблеме, на основании которых даются рекомендации по решению существующих проблем, выдвигается гипотеза с ее обоснованием. Рекомендуется соблюдать следующую логическую последовательность: - осмысление избранной проблемы для освещения в работе и формирование соответствующего замысла; - поиск фактов на основании информационных и документальных источников; - систематизация материала и выработка гипотезы проблемы и ее обоснование; - выводы и рекомендации.
Конспект	Важнейшей разновидностью аналитико-синтетической переработки документов является конспектирование письменных источников информации, в том числе в их электронном варианте. Конспект – индивидуальный труд, поскольку у каждого автора вырабатывается своя собственная система информации. При этом используются сокращения слов, аббревиатуры, опорные слова, ключевые слова, формулировки отдельных положений, формулы, таблицы, схемы, позволяющие развернуть содержание конспектируемого текста. Преподаватель доводит до обучающихся: тему конспектов и требования, предъявляемые к их выполнению и защите
Устный опрос	Опрос проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения опроса, доводит до обучающихся: темы, вопросы.

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Зачет

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины;
- знания, необходимые для решения типовых задач, умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета, то обучающийся сдает зачет. Зачет проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и решения типовых контрольных заданий. Перечень теоретических вопросов и типовых контрольных заданий обучающиеся получают в начале семестра.